

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ И.И. Готовцев

_____ 2023 г.

Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорт рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **теория и методика физической культуры**

Учебный план 49.03.04 Спорт.plx
49.03.04 Спорт

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 6
аудиторные занятия	36	
самостоятельная работа	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	12	12	12	12
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

кни, Доцент, Торговкин Владимир Гаврильевич _____

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины

Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорт

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 940)

составлена на основании учебного плана:

49.03.04 Спорт

утвержденного учёным советом вуза от 05/05/2023 протокол № 7.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

теория и методика физической культуры

Протокол от _____ 2023 г. № ____

Срок действия программы: 2023-2024 уч.г.

Зав. кафедрой Артеменко Тарас Григорьевич

Председатель НМС УГН(С)

_____ 2023 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель НМС УГН(С) Коркин Е.В.

__ ____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

Протокол от __ ____ 2024 г. № __
Зав. кафедрой

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель НМС УГН(С)

__ ____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры

Протокол от __ ____ 2025 г. № __
Зав. кафедрой

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель НМС УГН(С)

__ ____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры

Протокол от __ ____ 2026 г. № __
Зав. кафедрой

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель НМС УГН(С)

__ ____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры

Протокол от __ ____ 2027 г. № __
Зав. кафедрой

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью данного курса является формирование у студентов базовых знаний о связях с общественностью в физической культуре и спорте, их генезисе, становлении и развитии как профессии в обществе с рыночной экономикой.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Теория и методика физической культуры
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Менеджмент физической культуры и спорта

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде****Знать:**

Уровень 1	недостаточно знает - функции и средства общения; - психологические особенности общения с различными категориями групп людей (по возрасту, этническим и религиозным признакам и др.); - источники, причины и способы управления конфликтами; - методики воспитательной работы, основные принципы деятельностного подхода, виды и приемы современных педагогических технологий;
Уровень 2	знает - функции и средства общения; - психологические особенности общения с различными категориями групп людей (по возрасту, этническим и религиозным признакам и др.); - источники, причины и способы управления конфликтами; - методики воспитательной работы, основные принципы деятельностного подхода, виды и приемы современных педагогических технологий;
Уровень 3	знает в полном объеме - функции и средства общения; - психологические особенности общения с различными категориями групп людей (по возрасту, этническим и религиозным признакам и др.); - источники, причины и способы управления конфликтами; - методики воспитательной работы, основные принципы деятельностного подхода, виды и приемы современных педагогических технологий;

Уметь:

Уровень 1	недостаточно умеет - эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды; - планировать, организовывать и координировать работы в коллективе; - общаться с детьми, признавать их достоинство, понимая и принимая их; - управлять учебными и тренировочными группами с целью вовлечения занимающихся в процесс обучения и воспитания; - анализировать реальное состояние дел в учебной и тренировочной группе, поддерживать в коллективе деловую, дружелюбную атмосферу;
Уровень 2	умеет - эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды; - планировать, организовывать и координировать работы в коллективе; - общаться с детьми, признавать их достоинство, понимая и принимая их; - управлять учебными и тренировочными группами с целью вовлечения занимающихся в процесс обучения и воспитания; - анализировать реальное состояние дел в учебной и тренировочной группе, поддерживать в коллективе деловую, дружелюбную атмосферу;
Уровень 3	умеет в полном объеме - эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды; - планировать, организовывать и координировать работы в коллективе; - общаться с детьми, признавать их достоинство, понимая и принимая их; - управлять учебными и тренировочными группами с целью вовлечения занимающихся в процесс обучения и воспитания; - анализировать реальное состояние дел в учебной и тренировочной группе, поддерживать в коллективе деловую, дружелюбную атмосферу;

Владеть:

Уровень 1	не достаточно владеет - решения образовательных и спортивных задач в составе команды.
Уровень 2	владеет - решения образовательных и спортивных задач в составе команды.
Уровень 3	владеет в полном объеме - решения образовательных и спортивных задач в составе команды.

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**Знать:**

Уровень 1	<p>недостаточно знает - сущностные характеристики основных периодов в развитии философской мысли;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные социальные институты, обеспечивающих воспроизводство социальных отношений в сфере физической культуры; - особенности мотивации к занятиям физическими упражнениями и спортом в группах различного возраста, пола, профессии и социального статуса;
Уровень 2	<p>знает- сущностные характеристики основных периодов в развитии философской мысли;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные социальные институты, обеспечивающих воспроизводство социальных отношений в сфере физической культуры; - особенности мотивации к занятиям физическими упражнениями и спортом в группах различного возраста, пола, профессии и социального статуса;
Уровень 3	<p>знает в полном объеме - сущностные характеристики основных периодов в развитии философской мысли;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные социальные институты, обеспечивающих воспроизводство социальных отношений в сфере физической культуры; - особенности мотивации к занятиям физическими упражнениями и спортом в группах различного возраста, пола, профессии и социального статуса;
Уметь:	
Уровень 1	<p>недостаточно умеет - найти в основных периодах в развитии философской мысли общее и особенное, указать специфические социально-экономические, религиозно-мировоззренческие и этнокультурные черты каждого из периодов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать социальные истоки и мотивацию к занятиям физическими упражнениями и спортом различных социальных слоев и групп, закономерности выбора вида спорта и двигательной активности; - понимать групповую динамику и особенности межличностных отношений в группах различного социального состава, возраста и пола, занимающихся спортом и физической культурой;
Уровень 2	<p>умеет - найти в основных периодах в развитии философской мысли общее и особенное, указать специфические социально-экономические, религиозно-мировоззренческие и этнокультурные черты каждого из периодов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать социальные истоки и мотивацию к занятиям физическими упражнениями и спортом различных социальных слоев и групп, закономерности выбора вида спорта и двигательной активности; - понимать групповую динамику и особенности межличностных отношений в группах различного социального состава, возраста и пола, занимающихся спортом и физической культурой;
Уровень 3	<p>умеет в полном объеме - найти в основных периодах в развитии философской мысли общее и особенное, указать специфические социально-экономические, религиозно-мировоззренческие и этнокультурные черты каждого из периодов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать социальные истоки и мотивацию к занятиям физическими упражнениями и спортом различных социальных слоев и групп, закономерности выбора вида спорта и двигательной активности; - понимать групповую динамику и особенности межличностных отношений в группах различного социального состава, возраста и пола, занимающихся спортом и физической культурой;
Владеть:	
Уровень 1	<p>недостаточно владеет - анализа исторических источников, политических программ, общественных процессов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - социологического анализа данных о результатах деятельности организаций физической культуры и спорта, оценки эффективности их деятельности, прогнозирования условий и направления ее развития в социально-культурном контексте; - аргументированного доказательства социальной и личной значимости избранного вида спорта и физкультурно-спортивной деятельности; - проведения теоретических занятий и бесед со спортсменами о содержании и значении спортивной этики, недопустимости использования допинга, скрытых и явных нарушений спортивных правил, участия в договорных играх; <p>организации участия обучающихся и спортсменов в мероприятиях патриотического характера.</p>
Уровень 2	<p>владеет - анализа исторических источников, политических программ, общественных процессов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - социологического анализа данных о результатах деятельности организаций физической культуры и спорта, оценки эффективности их деятельности, прогнозирования условий и направления ее развития в социально-культурном контексте; - аргументированного доказательства социальной и личной значимости избранного вида спорта и физкультурно-спортивной деятельности; - проведения теоретических занятий и бесед со спортсменами о содержании и значении спортивной этики, недопустимости использования допинга, скрытых и явных нарушений спортивных правил, участия в договорных играх; <p>организации участия обучающихся и спортсменов в мероприятиях патриотического характера.</p>
Уровень 3	<p>владеет в полном объеме - анализа исторических источников, политических программ, общественных процессов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - социологического анализа данных о результатах деятельности организаций физической культуры и спорта, оценки эффективности их деятельности, прогнозирования условий и направления ее развития в социально-культурном контексте; - аргументированного доказательства социальной и личной значимости избранного вида спорта и физкультурно-спортивной деятельности;

	- проведения теоретических занятий и бесед со спортсменами о содержании и значении спортивной этики, недопустимости использования допинга, скрытых и явных нарушений спортивных правил, участия в договорных играх; организации участия обучающихся и спортсменов в мероприятиях патриотического характера.
--	--

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	- основы делового общения, способствующие развитию общей культуры и социализации общества;
3.1.2	- основные понятия и терминологию на русском и иностранном языках в области физической культуры и спорта, образования, сферы профессиональной деятельности в соответствии с направленностью ОПОП;
3.1.3	- правила словообразования лексических единиц, правила их сочетаемости и правила употребления в русском и иностранном языках;
3.1.4	- правила воспроизведения изучаемого материала в категориях основных дидактических единицах иностранного языка в контексте изучаемых тем;
3.1.5	- образование основных грамматических конструкций иностранного языка;
3.1.6	- нормативные клише иностранного языка, необходимые для письменной речи профессионального характера, основные языковые формы и речевые формулы, служащие для выражения определенных видов намерений, оценок, отношений в профессиональной сфере;
3.1.7	- все основные виды чтения;
3.1.8	- основные термины и понятия в области пропаганды и связи с общественностью в сфере ФКиС.
3.2 Уметь:	
3.2.1	на русском и иностранном языке:
3.2.2	- выражать различные коммуникативные намерения (запрос/сообщение информации);
3.2.3	- правильно и аргументировано сформулировать свою мысль в устной и письменной форме;
3.2.4	- пользоваться языковой и контекстуальной догадкой для раскрытия значения незнакомых слов;
3.2.5	- вести беседу, целенаправленно обмениваться информацией профессионального характера по определенной теме;
3.2.6	- получать общее представление о прочитанном тексте;
3.2.7	- определять и выделять основную информацию текста;
3.2.8	- обобщать изложенные в тексте факты, делать выводы по прочитанному тексту;
3.2.9	- определять важность (ценность) информации;
3.2.10	- излагать в форме реферата, аннотировать, а также переводить профессионально значимые тексты с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный язык;
3.2.11	- описывать и объяснять особенности осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах в области пропаганды и связей с общественностью в сфере физической культуры и спорта.
3.3 Владеть:	
3.3.1	- деловой коммуникации, владения формами профессиональной речи, профессиональной терминологией при проведении учебно-тренировочных занятий по базовым видам спорта и по избранному виду спорта;
3.3.2	- публичной речи (монологическое высказывание по профессиональной тематике: сообщение, доклад, диалогическое высказывание, дискуссия);
3.3.3	- аргументированного изложения своих мыслей в письменной форме для подготовки тезисов, рефератов и письменного конспекта;
3.3.4	- публичной речи на иностранном языке (монологическое высказывание по общебытовой и профессиональной тематике: сообщение, доклад, диалогическое высказывание, дискуссия);
3.3.5	- руководства работой спортивного актива;
3.3.6	- организации деятельности волонтеров в области физической культуры и спорта;
3.3.7	- публичной защиты результатов собственных научных исследований.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте факт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Тема 1. Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте. История развития связей с общественностью физической культуре и спорте.	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.2	Тема 2. Взаимодействие и отличие связей с общественностью и рекламы. Виды рекламы и ее носители /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.3	Тема 3. Имидж спорта и физической культуры /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.4	Тема 4. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.5	Тема 5. Фирменный стиль спортивной организации. /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.6	Тема 6. Взаимодействие со средствами массовой информации. Печатные СМИ: газеты, журналы /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.7	Тема 7. Специалист в области связей с общественностью /Лек/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.8	Тема 8. Целевая аудитория в связях с общественностью /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.9	Тема 9. Организация специальных событий /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.10	Тема 10. Управление кризисными ситуациями /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.11	Тема 11. Этика в сфере связей с общественностью /Лек/	6	1		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.12	Тема 1. Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте. История развития связей с общественностью физической культуре и спорте. /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.13	Тема 2. Взаимодействие и отличие связей с общественностью и рекламы. Виды рекламы и ее носители /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.14	Тема 3. Имидж спорта и физической культуры /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.15	Тема 4. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью /Пр/	6	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.16	Тема 5. Фирменный стиль спортивной организации. /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.17	Тема 6. Взаимодействие со средствами массовой информации. Печатные СМИ: газеты, журналы /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.18	Тема 7. Специалист в области связей с общественностью /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.19	Тема 8. Целевая аудитория в связях с общественностью /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.20	Тема 9. Организация специальных событий /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.21	Тема 10. Управление кризисными ситуациями /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.22	Тема 11. Этика в сфере связей с общественностью /Пр/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.23	Тема 1. Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте. История развития связей с общественностью физической культуре и спорте. /Ср/	6	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.24	Тема 2. Взаимодействие и отличие связей с общественностью и рекламы. Виды рекламы и ее носители /Ср/	6	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.25	Тема 3. Имидж спорта и физической культуры /Ср/	6	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.26	Тема 4. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью /Ср/	6	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.27	Тема 5. Фирменный стиль спортивной организации. /Ср/	6	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.28	Тема 6. Взаимодействие со средствами массовой информации. Печатные СМИ: газеты, журналы /Ср/	6	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

1.29	Тема 7. Специалист в области связей с общественностью /Ср/	6	4		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.30	Тема 8. Целевая аудитория в связях с общественностью /Ср/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.31	Тема 9. Организация специальных событий /Ср/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.32	Тема 10. Управление кризисными ситуациями /Ср/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	
1.33	Тема 11. Этика в сфере связей с общественностью /Ср/	6	2		Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Примерные вопросы к экзамену

1. Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте.
2. Символика Олимпийских игр в Древней Греции.
3. Символика современных олимпийских игр.
4. Символика Олимпийских игр в Афинах (2004 год).
5. Символика Олимпийских игр в Китае (2008 год).
6. Развитие связей с общественностью в сфере спорта.
7. Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью, его статус и круг решаемых задач.
8. Терминологический аппарат связей с общественностью: определение понятий «коммуникация», «организация», «общественность».
9. Определение «общественности» в спорте.
10. Средства связей с общественностью.
11. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и паблисити.
12. Виды рекламы и ее носители.
13. Понятие имиджа. Управление имиджем спортивной организации.
14. Организация московских Олимпийских игр.
15. Организация Игр Доброй Воли.
16. Спортивные звезды и клубы российского футбола: формирование имиджа.
17. Спортивные звезды и клубы российского хоккея: формирование имиджа.
18. Формирование имиджа художественной гимнастики.
19. Формирование имиджа самбо и восточных единоборств.
20. Фирменный стиль спортивной организации. Основные элементы фирменного стиля.
21. Товарные знаки в сфере спорта.
22. Паблик рилейшнз в спортивной индустрии: популярные марки спортивной одежды и обуви.
23. Организация взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации.
24. Основные спортивные СМИ. Принципы подбора СМИ.
25. Работа с болельщиками.

26. Основные правила написания пиар-текстов.
27. Организация специальных мероприятий.
28. Спортивные выставки как средство публичных рилейшнз.
29. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
30. PR-акции в сфере физической культуры, рекреации и спорта.
31. Целевые аудитории в связях с общественностью.
32. Психологические особенности «болельщиков» и «фанатов».
33. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью в сфере спорта.
34. Стилистика и литературное редактирование.
35. Работа над композицией текста.
36. Технология общения.
37. Искусство спора.
38. Полемическое мастерство.
39. Благотворительность в спорте.

7.3. Тестовые задания

1 Какой орган власти осуществляет контроль над рекламной деятельностью в РФ?

- 1 Федеральная антимонопольная служба;
- 2 Министерство торговли;
- 3 Роспотребнадзор.

2 Кто является источником информации для разработки рекламного сообщения?

- 1 Креативный директор;
- 2 Рекламопроизводитель;
- 3 Рекламодатель.

3 С каким из приведенных ниже определений Вы не согласны?

- 1 Реклама – способ манипулирования поведением потребителей;
- 2 Реклама – вид социальной коммуникации;
- 3 Реклама – часть системы маркетинговых коммуникаций;

4 В каком из вариантов система целей бизнеса представлена правильно?

- 1 Маркетинговые цели → Цели маркетинговых коммуникаций → Главные фирменные цели;
- 2 Главные фирменные цели → Цели маркетинговых коммуникаций → Маркетинговые цели;
- 3 Главные фирменные цели → Маркетинговые цели → Цели маркетинговых коммуникаций.

5 С каким из приведенных ниже суждений вы согласны?

- 1 Позиционировать товар – это значит четко раскрыть его конкурентные особенности;
- 2 Позиционировать товар – это значит обеспечить ему четко отличное от других место в сознании потребителей данного сегмента рынка;
- 3 Позиционировать товар – это значит обеспечить ему четкое запоминание с помощью рекламной кампании.

6 На какую сферу не распространяется действие Федерального закона «О рекламе»?

- 1 На социальную рекламу;
- 2 На рекламу о проведении стимулирующих мероприятий;
- 3 На политическую рекламу.

7. В каком из вариантов элементы рекламной деятельности расположены в логической последовательности?

- 1 Стратегическое планирование → Тактические решения → Исследования → Создание рекламы
- 2 Исследования → Стратегическое планирование → Тактические решения → Создание рекламы
- 3 Исследования → Тактические решения → Стратегическое планирование → Создание рекламы

8 Недостоверной признается реклама, которая

- 1 Содержит не соответствующие действительности сведения о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;
- 2 Порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
- 3 Использует непристойные и оскорбительные образы.

9 В каком из вариантов эффекты рекламы расположены в логической последовательности?

- 1 Потенциальный контакт. Подтвержденный контакт. Осведомленность. Убежденность. Знание. Симпатия. Предпочтение. Действие.
- 2 Потенциальный контакт. Подтвержденный контакт. Осведомленность. Знание. Предпочтение. Симпатия. Убежденность. Действие.
- 3 Потенциальный контакт. Подтвержденный контакт. Осведомленность. Знание. Симпатия. Предпочтение. Убежденность. Действие.

10 Какова общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы?

- 1 Продолжительность рекламы не может превышать пятнадцать минут в течении часа;
- 2 Продолжительность рекламы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течении часа;
- 3 Продолжительность рекламы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течении суток.

11 В каком из вариантов показатели экономической эффективности рекламной кампании сформулированы правильно?

- 1 •объем прироста объема сбыта, достигнутый в период проведения рекламной кампании;
•отношение прироста объема продаж товара, достигнутого за счет рекламной кампании, к сумме затрат на его рекламу; отношение прироста прибыли, полученной в результате рекламной кампании, к сумме рекламных затрат конкурентов.
- 2 •объем прироста объема сбыта, достигнутый в результате рекламной кампании за определенный период; отношение прироста объема продаж товара, достигнутого за счет рекламной кампании, к сумме затрат на его рекламу; отношение прироста прибыли, полученной в результате рекламной кампании, к сумме рекламных затрат.
- 3•объем прироста объема сбыта, достигнутый в результате рекламной кампании за определенный период; отношение прироста объема продаж товара, достигнутого за счет рекламной кампании, к сумме затрат на изготовление рекламной продукции; отношение прибыли, полученной в результате рекламной кампании, к сумме затрат на размещение рекламных продуктов в СМИ.

12 Какое определение социальной рекламы вы считаете наиболее точным?

- 1 Социальная реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение целей гражданского общества, а также интересов государства.
- 2 Социальная реклама – информация, распространяемая любыми средствами массовой информации, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение благотворительных и иных общественно-полезных целей, а также интересов государства.
- 3 Социальная реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, направленная на достижение благотворительных и иных общественно-полезных целей, а также интересов государства

13 В каком из вариантов этапы маркетингового исследования изложены правильно?

- 1 разработка программы исследования → анализ первичной информации → классификация первичной информации → подготовка отчетов → анализ отчетов.
- 2 разработка программы исследования → сбор первичной информации → обработка первичной информации → анализ данных, полученных при обработке → подготовка отчетов.
- 3 разработка программы исследования → обработка первичной информации → анализ данных, полученных при обработке → подготовка отчетов → анализ отчетов.

14 От чего зависит продолжительность рекламной кампании?

1. Продолжительность рекламной кампании зависит от поставленной цели, наличия финансовых средств масштабов кампании;
2. Продолжительность рекламной кампании зависит от поставленной цели, особенностей объекта рекламирования, масштабов фирмы.
- 3 Продолжительность рекламной кампании зависит от поставленной цели, особенностей объекта рекламирования, масштабов кампании.

15 Какова допустимая продолжительность рекламы в радиопрограммах не специализирующихся на рекламе?

- 1 Продолжительность рекламы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение суток;
- 2 Продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение суток;
- 3 Продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение часа.

16 Какое определение спонсорской рекламы вы считаете наиболее точным?

- 1 Спонсорская реклама – реклама, распространяемая _____ на условии обязательного упоминания в ней заслуг (достоинств) определенного физического или юридического лица;
- 2 Спонсорская реклама – реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице, как о спонсоре;
- 3 Спонсорская реклама – реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном вкладе спонсора в производство товара (услуги).

17 Недобросовестной признается реклама, которая

- 1 Содержит несоответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед другими товарами;
- 2 Содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с другими товарами;
- 3 Имеет сходство с дорожными знаками.

18 С каким набором принципов сегментирования вы согласны?

- 1 Географический, демографический, психографический, хронологический;

- 2 Географический, демографический, психографический, поведенческий;
3 Биографический, психографический, демографический, географический.

19 Можно ли прерывать рекламой религиозные передачи?

- 1 Да, только способом «бегущей строки»;
2 Религиозные передачи нельзя прерывать рекламой;
3 Да, только спонсорской рекламой.

20 С каким из приведенных ниже определений Вы не согласны?

- 1 Реклама ускоряет оборот средств;
2 Реклама переводит социальные противоречия из сферы производства в сферу потребления;
3 Реклама снижает остроту конкуренции.

21 Кто такой Альтшуллер?

- 1 Автор многих трудов о рекламе;
2 Известный бизнесмен, успешный практик рекламного дела;
3 Автор теории решения изобретательских задач (ТРИЗ).

Вопросы к экзамену

1. Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте.
2. Символика Олимпийских игр в Древней Греции.
3. Символика современных олимпийских игр.
4. Символика Олимпийских игр в Афинах (2004 год).
5. Символика Олимпийских игр в Китае (2008 год).
6. Развитие связей с общественностью в сфере спорта.
7. Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью, его статус и круг решаемых задач.
8. Терминологический аппарат связей с общественностью: определение понятий «коммуникация», «организация», «общественность».
9. Определение «общественности» в спорте.
10. Средства связей с общественностью.
11. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и паблисити.
12. Виды рекламы и ее носители.
13. Понятие имиджа. Управление имиджем спортивной организации.
14. Организация московских Олимпийских игр.
15. Организация Игр Доброй Воли.
16. Спортивные звезды и клубы российского футбола: формирование имиджа.
17. Спортивные звезды и клубы российского хоккея: формирование имиджа.
18. Формирование имиджа художественной гимнастики.
19. Формирование имиджа самбо и восточных единоборств.
20. Фирменный стиль спортивной организации. Основные элементы фирменного стиля.
21. Товарные знаки в сфере спорта.
22. Паблик рилейшнз в спортивной индустрии: популярные марки спортивной одежды и обуви.
23. Организация взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации.
24. Основные спортивные СМИ. Принципы подбора СМИ.
25. Работа с болельщиками.
26. Основные правила написания пиар-текстов.
27. Организация специальных мероприятий.
28. Спортивные выставки как средство паблик рилейшнз.
29. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
30. PR-акции в сфере физической культуры, рекреации и спорта.
31. Целевые аудитории в связях с общественностью.
32. Психологические особенности «болельщиков» и «фанатов».
33. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью в сфере спорта.
34. Стилистика и литературное редактирование.
35. Работа над композицией текста.
36. Технология общения.
37. Искусство спора.
38. Полемическое мастерство.
39. Благотворительность в спорте.
40. Спонсорство в спорте.

5.2. Темы письменных работ

...

5.3. Фонд оценочных средств

Критерии оценивания:

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки:

- новизна текста;
- обоснованность выбора источника;
- степень раскрытия сущности вопроса;
- соблюдения требований к оформлению.

№ п/п

Критерии

Показатели

1.

Новизна текста (максимальный –1 балл) а) актуальность темы исследования;
 б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных);
 в) умение работать с научной литературой, систематизировать и структурировать материал;
 г) самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста

2.

Степень раскрытия сущности вопроса (максимальный – 1 балл) а) соответствие плана теме реферата;
 б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме;
 г) обоснованность способов и методов работы с материалом;
 е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

3. Обоснованность выбора источников (максимальный – 0,5

балла) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

4. Соблюдение требований к оформлению (максимальный – 0,5 балла) а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы;

б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;
 в) соблюдение требований к объёму реферата.

5. Защита реферата (максимальный – 2

балла) а) выступление перед аудиторией с докладом и презентацией; б) предоставление слайдов;
 в) выдержан регламент времени.

Максимальный балл -5

Для устного выступления достаточно 10-20 минут (примерно столько времени отвечает по билетам на экзамене).

Шкала итоговых оценок

Определение оценки Количество баллов Пояснение оценок

Отлично

5 выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы; представлена презентация.

Хорошо

4 основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты; имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;
 не представлена презентация

Удовлетворительно

3 имеются существенные отступления от требований к реферированию: неполное раскрытие содержания материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы знания по теме; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; при неполном знании теоретического материала выявлена

представлен без презентации.
Неудовлетворительно
2 несоответствие содержания теме и плану реферата; не раскрытие основных понятий; за незнание большей части учебного материала; за ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; за отсутствие логики в изложении материала, за отсутствие необходимых обобщений и выводов; за отсутствие ссылок на литературу; реферат представлен без доклада и презентации.
5.4. Перечень видов оценочных средств
Оценка качества освоения ООП включает: разработку объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников; регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки качества усвоения дисциплины посредством тестирования. Оценка качества освоения ООП бакалавриата включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую аттестацию студентов (экзамен). Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям ООП (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Текущий и промежуточный контроль результатов изучения дисциплины При изучении дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль осуществляется в течение изучения отдельного раздела по всем видам занятий, промежуточный контроль осуществляется при проверке тестовых заданий по вопросам изучаемого курса. Промежуточный контроль После того, как заканчивается изучение разделов дисциплины студентам, выполнившим все требования, предъявляемые к дисциплине – ликвидация задолженностей по лекционным и семинарским ким занятиям студенты допускаются к сдаче зачета.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Кремлев Н. Т.	Историческая социология в 3 ч. Часть 3. Индустриальное и постиндустриальное общество: Учебное пособие Для бакалавриата и магистратуры	Москва: Юрайт, 2017
Л1.2	Шубкин В. Н.	Социология и общество: научное познание и этика науки: Монография	Москва: Юрайт, 2017
Л1.3	Соболева О. Б., Искровская Л. В., Иванов О. В., Баранов П. А., Кузин Д. В.	Методика обучения обществознанию: Учебник и практикум Для академического бакалавриата	Москва: Юрайт, 2016
Л1.4	Соболева О. Б., Искровская Л. В., Иванов О. В., Баранов П. А., Кузин Д. В.	Методика обучения обществознанию: Учебник и практикум Для академического бакалавриата	Москва: Юрайт, 2019
Л1.5	Шикунов А.Н.	Пропаганда и популяризация гиревого спорта: научное издание	Тамбов: ТГУ им. Державина Г.Р., 2012

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Бахмутова Л. С., Калуцкая Е. К.	Методика преподавания обществознания: Учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2020
Л2.2	Волков А. М., Лютягина Е. А.	Обществознание. Основы государства и права: Учебник Для СПО	Москва: Юрайт, 2017
Л2.3	Левашов В. К.	Российское государство и общество в период либеральных реформ: Монография	Москва: Юрайт, 2019

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.4	Баранчиков В. А., Гаврилова В. Е., Давыдов В. М., Дмитрова И. И., Кириленко Г. Г., Костюченко И. Ю., Лукманов А. Х., Мальшева Н. С., Подольская Т. Я., Прохина Е. Ю., Пушкарева Г. В., Сидорова М. М., Сидорова Н. М., Соколов А. В., Царенко А. С., Черенков В. М., Агафонова Н. В.	Обществознание в 2 ч. Часть 2: Учебник Для СПО	Москва: Юрайт, 2020
Л2.5	Соболева О. Б., Искровская Л. В., Иванов О. В., Баранов П. А., Кузин Д. В.	Методика обучения обществознанию: Учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2020
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Лыткин М.И.	Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры: УМК по дисциплине для направления подготовки 034300"Физическая культура": учебно-методический комплекс	, 2013
Л3.2	Шубкин В. Н.	Социология и общество: научное познание и этика науки: Монография	Москва: Юрайт, 2019
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1			
Э2			
Э3			
Э4			
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
6.3.1.1	Microsoft Office 2010		
6.3.1.2	ЭО moodle		
6.3.1.3	Project Expert		
6.3.1.4	Windows 7		
6.3.1.5	Windows 8		
6.3.1.6	Windows 8.1		
6.3.1.7	Windows 10		
6.3.1.8	DoctorWeb		
6.3.1.9	Adobe Reader		
6.3.1.10	ABBYY finereader		
6.3.1.11	chrome		
6.3.1.12	yandex		
6.3.1.13	opera		
6.3.1.14	Microsoft office 2007		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
6.3.2.1	EBSCO - универсальная база данных зарубежных полнотекстовых научных журналов по всем областям знаний		
6.3.2.2	Международная электронная энциклопедия "Википедия"		

6.3.2.3	электронная библиотека ЧГИФКИС
6.3.2.4	Электронно-библиотечная система
6.3.2.5	Глоссарий.Ru
6.3.2.6	Научная электронная библиотека

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Виды работ	Оснащенность
Лекционный зал №2	Учебная аудитория на 100 мест		Учебная аудитория для занятий лекционного типа. Оборудование: проектор, экран, мультимедийный комплекс, колонка RBT (2шт), микрофон ArtthurForty (4 шт).

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Виды работ	Оснащенность
Кабинет №216	Учебная аудитория		Учебная аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа, для групповых консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации (проектор,

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В процессе изучения данного учебного курса студенты должны иметь представление об основных этапах развития связей с общественностью и месте в этом процессе спортивных общественных связей, знать основные факты, события и имена наиболее выдающихся деятелей в сфере СО и ФКиС в России и за рубежом, Важными источниками в самостоятельной работе студентов являются справочные и энциклопедические издания, словари, где даны объяснения терминов. Целью самостоятельной работы является закрепление и углубление занятий, полученных студентами на лекциях, подготовке к текущим семинарским занятиям, промежуточным формам контроля знаний (тестированию) и к экзамену.

Методическое обеспечение самостоятельной работы состоит из:

- определения учебных вопросов, которые студенты должны изучить самостоятельно;
- Подбора необходимой учебной литературы, обязательной для проработки и изучения;
- Поиска дополнительной научной литературы, к которой студенты могут обратиться по желанию, если у них возникает интерес в данной теме;
- Определения контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;
- Организации консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызвавших у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.