Министерство спорта Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Московская государственная академия физической культуры»

Кафедра педагогики и психологии

|  |  |
| --- | --- |
| СОГЛАСОВАНОНачальник Учебно-методического управленияк.б.н., доцент И.В. Осадченко\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_«20» июня 2023 г. | УТВЕРЖДЕНОПредседатель УМКи.о. проректора по учебной работек.п.н., доцент А.П. Морозов \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_«20» июня 2023 г. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ОСНОВЫ ПИАРА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ»**

**Б1.В.ДВ.01.01**

**Направление подготовки**

49.04.01 Физическая культура

**Образовательная программа:**

 «Психолого-педагогический аспект культурно-просветительской деятельности

в сфере физической культуры»

**Квалификация выпускника**

**магистр**

**Факультет**

Магистерской подготовки

**Форма обучения**

Очная

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Декан факультета магистерской подготовки, канд. фармацевт. наук., доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н.А. Вощинина «20» июня 2023 г.  |  | Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (протокол № 5от «30» мая 2023 г.)Заведующий кафедрой, к.п.н., доцент В.В. Буторин \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

 **Малаховка 2023**

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО – магистратура, по направлению подготовки 49.04.01 Физическая культура*,* утвержденным Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 944 от 19.09.2017

**Составитель:**

И.А. Климашин, к.п.н., доцент

кафедры педагогики и психологии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Рецензенты:**

К.С. Дунаев, д.п.н., профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

В.В. Буторин, к.п.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Ссылки на используемые в разработке РПД дисциплины профессиональные стандарты (в соответствии с ФГОС ВО 49.04.01):**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Код ПС** | **Профессиональный стандарт** | **Приказ Минтруда России** | **Аббрев. исп. в РПД** |
| **05 Физическая культура и спорт** |
| 05.008 |  ["Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта"](http://internet.garant.ru/document/redirect/71249184/0) | Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 27.04.2023 № 363н | **Р** |

1. **Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:**

**ПК-2** Способен осуществлять организацию и руководство физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельностью по месту работы, жительству и отдыха, а также в образовательных организациях.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ЗУН** | Соотнесенные профессиональные стандарты | Формируемые компетенции |
| **Знания:**Понятие связей с общественностью. Возникновение и развитие PR. Функции рекламы, процесс рекламной деятельности, виды рекламы, реклама в периодической печати, реклама на радио, реклама на телевидении, реклама в Интернете, организация работы рекламных структур. **Умения:** подготовить текст рекламного сообщения, организовать и провести рекламную кампанию, исполнять обязанности рекламного менеджера; организовать PR-акции, подготовить тексты для пресс-бюро и пресс-службы.**Навыки** и/или опыт деятельности: Владение информационно-коммуникационными технологиями, в том числе текстовых редакторов, электронных таблиц, электронной почты, браузеров, специализированного программного обеспечения управления проектами* печатной, аудио, телевизионной и Интернет-рекламы; навыками организации PR-акций в редакционных коллективах и их текстового оформления.

Выявление мотивов и информационных потребностей заинтересованных сторон.Определения форм подачи информации для заинтересованных сторон (публичные отчеты, декларации, пресс-релизы и тому подобное). | ***P 05.008*****С/05.7**Операционное администрирование и управление развитием организации бюджетной сферы  | **ПК-2** |
|
|

1. **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Основы пиара в сфере физической культуры»относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплины по выбору.

Дисциплина изучается во 2 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа. Промежуточная аттестация –зачет.

 **3. Объем дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | **Всего**  | **Семестр** |
| **2** |
| **Контактная работа преподавателя с обучающимися** | 18 | 18 |
| В том числе: |  |  |
| Лекции | 4 | 4 |
| Семинары (С) | 14 | 14 |
| **Самостоятельная работа**  | 54 | 54 |
| Промежуточная аттестация  | **зачет** | **+** |
| **Общая трудоемкость:** часы/зачетные единицы | **72** | 72 |
| **2** | **2** |

**4. Содержание дисциплины:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Тема (раздел) | Содержание раздела |
| 1. | Основы PR-деятельности в физической культуре и спорте. | Основы PR. Содержание понятия «связи с общественностью». Подходы к определению PR: альтруистический, компромиссный, прагматический. Развитие национальных школ по связям с общественностью: немецкой, французской, британской. Международные организации по связям с общественностью. Становление PR в России: Основы коммуникации в связях с общественностью. PR как функция менеджмента. Региональные отделения РАСО. Профессиональные конкурсы в области PR. PR-образование в России. PR-деятельность в физической культуре и спорте. История развития связей с общественностью в физической культуре и спорте. Особенности связей с общественностью в спорте. Перспективы функционирования современного PR в области физической культуры и спорта. Имидж: понятия, сущность, основные характеристики. Имидж в спорте и физической культуре. Создание положительного образа клуба, команды или спортсмена, поддержание репутации; популяризация физкультуры и спорта; увеличение объема продаж билетов на спортивные мероприятия. Целевая аудитория спортивной организации, ее характеристики. Работа с болельщиками. Работа с потребительской аудиторией. Методы проведения PR мероприятий в спорте. Разработка стратегии коммуникаций в спорте; повышение лояльности СМИ к спортивной организации; · оценка эффективности PR-деятельности в спорте; имидж, репутация, бренд в деятельности спортивной организации; формирование имиджа спортивной организации; проблемы применения PR-технологий в спортивной организации; технология информационной работы с различными целевыми группами; процедуры коммуникации с журналистским пулом; форматы пресс-мероприятий и их особенности; интернет-среда и новые технологии в спортивной деятельности. |
| 2. | Реклама в сфере физической культуры и спорта | Основы рекламной деятельности. Понятие рекламы. Основные субъекты рекламного процесса и их взаимодействие. Цели и виды рекламы, модели рекламного воздействия. Основные средства рекламы, их применение и характеристики. Проведение рекламной компании. Оценка эффективности рекламной деятельности. Реклама в сфере физической культуры и спорта. Значение физической культуры и спорта в обществе. Роль средств массовой информации в менеджменте физкультурно-спортивных организаций. Основные средства рекламы в сфере физической культуры и спорта. Информационная роль СМИ.Спортивная реклама в менеджменте физкультурно-спортивных организаций. Цели, функции и основные предназначения рекламы в спорте. Виды рекламы, применяемые физкультурно-спортивными организациями. Реклама в прессе ее основные виды и параметры эффективности. Внешняя реклама. Спортивные печатные средства массовой информации их цели и задачи в спорте. Формирование PR в спортивных печатных изданиях. Основные направления в деятельности СМИ по пропаганде ценностей физической культуры и спорта в обществе. Роль СМИ в оценке значимости Олимпийского спорта |

**5. Разделы дисциплины и виды занятий**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование разделов дисциплины | Виды учебной работы | Всего  |
| Л | С | СРС | часов |
| 1. | Основы PR-деятельности в физической культуре и спорте | 2 | 8 | 30 | 40 |
| 2. | Реклама в сфере физической культуры и спорта | 2 | 6 | 24 | 32 |
|  | Итого  | 4 | 14 | 54 | 72 |

**6. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимый для освоения дисциплины**

**6.1. Основная литература**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ пп** | **Наименование издания** | **Кол-во экземпляров** |
| библиотека |
|  | *Емельянов, С. М.* Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514357> (дата обращения: 26.06.2023). | 1 |
|  | Лебедев-Любимов А. Н.Психология рекламы / А. Н. Лебедев-Любимов. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2006. - 384 с. : ил. - (Мастера психологии). - Библиогр.: с. 374-383. - ISBN 5-4601094-5 : 266. 84. | 15 |
|  | *Малькевич, А. А.* Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515470> (дата обращения: 26.06.2023). | 1 |
|  | Муртазина, Г. Х.   Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / Г. Х. Муртазина ; НГУ им. П. Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург, 2018. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) : [сайт]. — URL: http://lib.mgafk.ru (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей  | 1 |
|  | Пилипенко, Н. Н. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / Н. Н. Пилипенко, Е. Л. Татарский. - 5-е изд. - М. : Дашков и К, 2007. - 179 с. : ил. - ISBN 5-91131-386-3 : 74.58. | 10 |
|  | Сулейманова, С. Р.   Теоретические и практические аспекты PR-деятельности в работе предприятий : учебно-методическое пособие для подготовки студентов по специальности "Связи с общественностью" / С. Р. Сулейманова ; ВГАФК. - Волгоград, 2011. - Библиогр.: с. 45. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) : [сайт]. — URL: http://lib.mgafk.ru (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей  | 1 |
|  | Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие. / А.Н. Чумиков. – М. : Дело, 2006. – 263 с. | 30 |
|  | Шарков, Ф. И.Паблик рилейшнз : учебник / Ф. И. Шарков. - 4-е изд. - М. : Дашков и К, 2010. - 332 с. - ISBN 978-5-394-00671-5 : 298.32. | 10 |

**6.2. Дополнительная литература**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **п/№** | **Наименование издания** | **Кол-во экземпляров** |
| библиотека |
|  | *Жильцова, О. Н.* Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
|  | Минаева, Л. В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика : учебное пособие / Л. В. Минаева. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 320 c. — ISBN 978-5-7567-0642-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: [http://www.iprbookshop.ru/8972.html](http://www.iprbookshop.ru/8972.html%20) (дата обращения: (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
|  | Паутов, А. Д. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : методические рекомендации для подготовки к семинарским занятиям / А. Д. Паутов, О. Ю. Гаврикова. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2017. — 39 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: [http://www.iprbookshop.ru/74275.html](http://www.iprbookshop.ru/74275.html%20) (дата обращения 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
|  | Синяева, И. М. Паблик-рилейшенз : толковый словарь / И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 200 c. — ISBN 978-5-394-02633-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: [http://www.iprbookshop.ru/85192.html](http://www.iprbookshop.ru/85192.html%20) (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
|  | Словарь терминов и персоналий по курсу "Связи с общественностью в физической культуре, рекреации и спорте" / СПбГУФК им. П. Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург, 2008. - ISBN 978-5-93770-027-8. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) : [сайт]. — URL: http://lib.mgafk.ru (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
|  | *Фадеева, Е. Н.* Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450027> (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
|  | *Чумиков, А. Н.* Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520599> (дата обращения: 26.06.2023). | 1 |
|  | Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Дашков и К, 2018. — 324 c. — ISBN 978-5-394-00792-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85717.html> (дата обращения: (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |

**7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет». Информационно-справочные и поисковые системы, профессиональные базы данных:**

1. Антиплагиат: российская система обнаружения текстовых заимствований <https://antiplagiat.ru/>
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://minobrnauki.gov.ru/>
3. Министерство спорта Российской Федерации <http://www.minsport.gov.ru/>
4. Московская государственная академия физической культуры <https://mgafk.ru/>
5. Образовательная платформа МГАФК (SAKAI) <https://edu.mgafk.ru/portal>
6. Сервис организации видеоконференцсвязи, вебинаров, онлайн-конференций, интерактивные доски МГАФК <https://vks.mgafk.ru/>
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки <http://obrnadzor.gov.ru/ru/>
8. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
9. Федеральный центр и информационно-образовательных ресурсов <http://fcior.edu.ru/>
10. Электронная библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) <http://lib.mgafk.ru>
11. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://urait.ru/>
12. Электронно-библиотечная система Elibrary <https://elibrary.ru>
13. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru>
14. Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru>
15. Энциклопедия психодиагностики <http://psylab.info>
16. Государственная научно-педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского <http://www.gnpbu.ru/>

**8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения традиционных и активных форм проведения занятий по дисциплине требуются мультимедийные аудитории и техническое обеспечение: видеопроектор и ноутбук.

**8.2 Программное обеспечение.**

В качестве программного обеспечения используется офисное программное обеспечение с открытым исходным кодом под общественной лицензией GYULGPL Libre Office или одна из лицензионных версий Microsoft Office.

Для контроля знаний обучающихся используется «Программный комплекс для автоматизации процессов контроля текущей успеваемости методом тестирования и для дистанционных технологий в обучении» разработанной ЗАО «РАМЭК-ВС».

**8.3 Изучение дисциплины инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья** осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся. Для данной категории обучающихся обеспечен беспрепятственный доступ в учебные помещения Академии, организованы занятия на 1 этаже главного здания. Созданы следующие специальные условия:

*8.3.1. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:*

*-* обеспечен доступ обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими к зданиям Академии;

- электронный видео увеличитель "ONYX Deskset HD 22 (в полной комплектации);

**-** портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля и синтезатором речи;

**-** принтер Брайля;

**-** портативное устройство для чтения и увеличения.

*8.3.2. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:*

*-* акустическая система Front Row to Go в комплекте (системы свободного звукового поля);

*-* «ElBrailleW14J G2;

**-** FM- приёмник ARC с индукционной петлей;

- FM-передатчик AMIGO T31;

- радиокласс (радиомикрофон) «Сонет-РСМ» РМ- 2-1 (заушный индуктор и индукционная петля).

*8.3.3. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:*

*-* автоматизированное рабочее место обучающегося с нарушением ОДА и ДЦП (ауд. №№ 120, 122).

*Приложение к Рабочей программе дисциплины*

*«Основы пиара в сфере физической культуры»*

Министерство спорта Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

 «Московская государственная академия физической культуры»

Кафедра педагогики и психологии

УТВЕРЖДЕНО

решением Учебно-методической комиссии

 протокол № 6/23 от «20» июня 2023 г.

Председатель УМК,

и. о. проректора по учебной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.П. Морозов

**Фонд оценочных средств**

**по дисциплине**

**«ОСНОВЫ ПИАРА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ»**

**Направление подготовки**

49.04.01 Физическая культура

**Образовательная программа:**

 «Психолого-педагогический аспект культурно-просветительской деятельности

в сфере физической культуры»

**Квалификация выпускника**

**магистр**

**Форма обучения**

очная

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры

(протокол № 5 от «30» мая 2023 г.)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ В.В. Буторин

Малаховка 2023

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. **Паспорт фонда оценочных средств**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Компетенция | Трудовые функции (при наличии) | Индикаторы достижения |
| **ПК-2** | ***P 05.008*****С/05.7**Операционное администрирование и управление развитием организации бюджетной сферы  | Знает мотивы и информационные потребности заинтересованных сторон взаимодействия в сфере спортивной деятельности. Функции массовой коммуникации в современном обществе. Массово-психологические свойства СМИ. Психические состояния и их роль в коммуникации. Особенности восприятия как психологического явления (предметность, целостность, выборочность и др.). **(Перечень вопросов для промежуточной аттестации*).***Выбирает корпоративную рекламу из СМИ и определяет направленность аудитории охвата рекламодателями. **(Ситуационные задачи).**Разрабатывает формы подачи информации для заинтересованных сторон презентируя проект внутриорганизационного PR- мероприятия.**(Групповые и индивидуальные творческие задания (проекты).** |

Составитель Климашин И.А./\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**2. Типовые контрольные задания:**

**2.1. Перечень вопросов для промежуточной аттестации*.***

1. Функции массовой коммуникации в современном обществе.
2. Массово-психологические свойства СМИ.
3. Психологические особенности восприятия реальности человеком в дописьменной и письменной культурах.
4. М. Маклюэн о влиянии электронныхmedia на современное общество.
5. Ж. Бодрийяр о психологической сущности телевизионного воздействия.
6. Структура личности как база восприятия информации (потребности, интересы, ценности, знания, нормы).
7. "Барьеры" массовой коммуникации.
8. Мотивы обращения личности, группы к СМИ.
9. Психические состояния и их роль в коммуникации.
10. Особенности восприятия как психологического явления (предметность, целостность, выборочность и др.).
11. Понимание и запоминание в процессе коммуникации.
12. Аудитория массовой коммуникации. Типология аудитории. Сегментация аудитории.
13. Понятие установки. Установка в структуре личности
14. Механизмы изменения установок. Теория когнитивного диссонанса.
15. Психологическая модель пропагандистской коммуникации.
16. Приёмы информационно-психологического воздействия на массовое сознание.
17. Понятие стереотипа. Психологическая природа стереотипа. Стереотип и имидж.
18. Слух как СМИ, коммуникативные характеристики слуха. Виды слуха.
19. Психологический механизм возникновения и циркуляции слухов.
20. Функции слухов.
21. Предрассудки, их разновидности, причины возникновения
22. Психология сплетни как неформальной коммуникации.
23. Понятие моды. Теоретические концепции моды (Г. Тард, Г. Зиммель, В. Зомбарт, Блумер и др.).
24. Социально-психологический механизм моды.
25. Социально-психологические функции моды.
26. Мода как процесс (создание и потребление).
27. Психологические эффекты массовой коммуникации на общественном уровне ("спираль молчания", установление "пунктов повестки дня", эффект бумеранга и др.)
28. Психологические эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне (долговременные и кратковременные, планируемые и не планируемые).
29. Виды рекламного психологического воздействия.
30. Символы, знаки и эмблемы в коммуникативном процессе: сущность, роль, функции.
31. Методы психологических исследований массовой коммуникации.
32. Психологические особенности политической символики и эмблематики.
33. Содержание и сущность «связей с общественностью».
34. Подходы к определению PR. Модели паблик рилейшнз.
35. Современные направления паблик рилейшнз.
36. Механизм паблик рилейшнз.
37. Американский опыт становления и развития PR.
38. Развитие национальных школ по связям с общественностью
39. Российский PR-рынок.
40. Структура и функции государственной PR-службы.
41. Особенности PR-подразделения в коммерческой структуре.
42. Специализированная PR-фирма.
43. Общие профессиональные принципы связей с общественностью.
44. Правила взаимоотношений с клиентами, коллегами.
45. Внутриорганизационный PR.
46. Направления и задачи внутриорганизационных коммуникаций.
47. Средства внутриорганизационных коммуникаций.
48. Конструирование корпоративного имиджа.
49. Продвижение корпоративного имиджа.
50. Специфика взаимодействия со СМИ.
51. Пресс-конференция как форма подачи новостных материалов.
52. Презентация, пресс-тур.
53. Управление информацией.
54. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных мероприятий.
55. Имидж политика.
56. Кризис: понятие, типы, диагностика.
57. Стратегия управления в кризисной ситуации.
58. Разработка антикризисной программы.
59. Общие принципы построения и оценки PR-деятельности.
60. Философия организации.
61. Миссия, видение, цели и задачи PR-деятельности.
62. Интернет как средство массовой коммуникации.
63. Возможности Internet в PR.
64. Интерактивная среда работы с общественностью.
65. Cпонсорство. Виды спонсорства
66. Фандрайзинг.

При подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине студент должен изучить вопросы к зачету, представленные в фонде оценочных средств, опираясь на содержание основной и дополнительной литературы, предусмотренной программой дисциплины. В случае неудовлетворительного ответа студента на заданные вопросы, преподаватель имеет право отправить студента на повторную сдачу зачета.

**Критерии оценки:**

1. Оценка «зачтено» ставится студенту, ответ которого содержит: знание программного материала; знание понятийного и терминологического аппарата всего курса; знание содержания основной и дополнительной литературы по курсу; связь теории с практикой;

Оценка «зачтено» не ставится в случаях наличия: пропусков аудиторных занятий, за исключением «отработанных» тем; отсутствия подготовки к работе и активности на семинарских занятиях; невыполненных заданий по самостоятельной работе, а также неправильных ответов на дополнительные вопросы преподавателя.

2. Оценка «не зачтено» ставится студенту, имеющему: существенные пробелы в знании основного материала по программе, допустившему принципиальные ошибки при изложении материала, не владеющему понятийным аппаратом и основной терминологией курса; имеющему систематические пропуски аудиторных занятий без «отработанных» тем, невыполненные задания для самостоятельной работы студента.

**2.2. Ситуационные задачи и творческие задания.**

**2.2.1. Ситуационные задачи**

**Раздел 2. Реклама в сфере физической культуры и спорта**

1. Выберите пример корпоративной рекламы из телевизионной программы, из ежедневной газеты, из специализированного журнала и попытайтесь определить. На кого она рассчитана, какую аудиторию пытались охватить рекламодатели? Направлена ли корпоративная реклама на конкретную аудиторию и почему?
2. Отберите из газет и журналов три корпоративные рекламы, имеющие отношение к брендам. Каковы, по вашему мнению, ключевые задачи каждого из рекламных объявлений?
3. Выберите из газеты специализированных периодических изданий три корпоративные рекламы, имеющие отношение к конкретным проблемам. Каковы, по вашему мнению, ключевые задачи каждого из рекламных объявлений?

**Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется, если студент провёл грамотно анализ ситуационной задачи, предложил верные пути её решения.

- оценка «не зачтено» выставляется, если: студент не понимает сути содержания ситуационной задачи, что от него требуется; предлагает неверные пути решения.

**2.2.2. Темы творческих заданий/проектов (в форме презентаций).**

**1. Групповые творческие задания (проекты)**

**Раздел 1. Основы PR-деятельности в физической культуре и спорте**

1. Составьте контент-анализ СМИ, проверьте эффективность работы выбранной вами компании, со СМИ, ответив на вопросы:

а. Как много пресс-релизов компании было использовано?

б. На какой полосе пресс-релиз компании появлялся чаще – на первой или десятой?

в. Каков тираж и портрет читателя издания, где была опубликована информация о компании?

г. Отвечал ли опубликованный материал интересам компании?

д. Как можно оценить материал: позитивно, негативно, нейтрально?

2. Подготовить проект внутриорганизационного PR- мероприятия.

3. Провести анализ 1 сайта и 3 групп в социальных сетях связанных с будущей профессией. На основе анализа сделать группу и сайт. Провести защиту

4. Подготовить и защитить PR-проект на год по направлению профессии (организации, спортсмена и пр.).

**2. Индивидуальные творческие задания (проекты)**

**Раздел 1. Основы PR-деятельности в физической культуре и спорте**

1. Разработайте методы исследования выбранных вами целевых аудиторий компании.

2. Разработайте программу работы фокус-группы на одну из перечисленных тем (тематика должна быть связана со спортом):

3. Выяснение отношения к политике организации, ее продуктам и услугам;

4. Тестирование PR-материалов при подготовке PR-компании;

5. Новых продуктов компании;

6. Решение компании о повышении цен.

7. Приведите пример PR-программы или компании (в области спорта), которые провалились, не достигнув поставленной цели из-за недостатка качественной исследовательской информации.

**Раздел 2. Реклама в сфере физической культуры и спорта**

1. Защита рекламной кампании связанной со своей будущей профессией.

**Критерии оценки:**

- оценка «5 баллов» выставляется обучающемуся если содержание творческого задания соответствует заявленной в названии тематике; задание имеет нестандартное решение; при изложении материал имеет чёткую композицию и структуру; в его подаче отсутствуют логические нарушения; представлен качественный анализ найденного материала; показаны умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. При представлении задания показаны владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, свободное владение монологической речью;

- оценка «4 балла» выставляется обучающемуся если содержание творческого задания соответствует заявленной в названии тематике; задание имеет нестандартное решение; при изложении материал имеет чёткую композицию и структуру; в его подаче отсутствуют логические нарушения; представлен качественный анализ найденного материала; показаны умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. При представлении задания показаны владение терминологическим аппаратом, но были допущены одна-две неточности при употреблении терминов; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий; свободное владение монологической речью, при этом допущены стилистические неточности;

- оценка «3 балла» выставляется обучающемуся если содержание творческого задания соответствует заявленной в названии тематике; но задание имеет скорее стандартное решение; есть погрешности в техническом оформлении; в целом презентация творческого задания имеет чёткую композицию и структуру, показаны умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения, но в ее подаче есть логические нарушения материала, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы. Не показано свободное владение монологической речью, допущены ошибки при употреблении терминологического аппарата;

- оценка «2 балла» выставляется обучающемуся если в целом содержание творческого задания соответствует заявленной в названии тематике; но присутствуют ошибки в техническом оформлении; в подаче творческого задания есть нарушения композиции и структуры; есть логические нарушения в представлении материала; отсутствует умение, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения незнание основных вопросов теории. Слабое владение монологической речью. Допускаются серьезные ошибки при употреблении терминологического аппарата;

- оценка «0 баллов» выставляется обучающемуся если студент проигнорировал данный вид учебной работы или содержание творческого задания не соответствует заявленной в названии тематике или в презентации творческого задания отмечены грубые многочисленные ошибки в техническом оформлении, а само задание представляет собой не переработанный текст другого автора (других авторов).

**2.3. Рекомендации по оцениванию результатов достижения компетенций**

Формирование компетенций, предусмотренных данной дисциплиной, предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее изучения путем планомерной работы на учебных занятиях и при выполнении самостоятельной работы.

Оценка результатов формирования компетенций складывается из:

- работы студента на учебных занятиях (посещение не менее 80% занятий);

- выполнения всех видов самостоятельной работы, предусмотренных настоящим Фондом оценочных средств;

- оценка за внутрисеместровую аттестацию выставляется студенту, с учетом посещаемости учебных занятий, его работы на занятиях и выполнения заданий в полном объеме, предусмотренных Фондом оценочных средств на текущую дату;

- в случае пропуска лекционного занятия студент должен предоставить в рукописном виде конспект лекции, а семинарского занятия – в письменном виде проработанные учебные вопросы, обсуждавшиеся на семинаре; срок предоставления заданий – на следующем занятии после пропущенного; в случае пропуска занятия, преподавателем может быть рассмотрена возможность выполнения студентом задания, предусматривающего работу в группе, на последующем семинарском занятии;

- при выставлении студенту оценки на зачете преподавателем учитывается: знание фактического материала, с опорой на обязательную и дополнительную литературу по программе дисциплины; степень активности студента на семинарских занятиях и его подготовленности к ним; выполнение заданий для самостоятельной работы студента; логику, структуру, стиль и полноту содержания ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике;

- качество ответа студента на зачете оценивается в соответствии с разработанными и утвержденными на заседании кафедры критериями оценки.