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**

**«ПРОПАГАНДА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»**

**Б1.О.34**

**Направление подготовки**

49.03.01 Физическая культура

**Профили подготовки**

 *«Физкультурно-оздоровительные технологии»*

*«Физкультурное образование»*

*«Оздоровительные виды аэробики и гимнастики»*

**Квалификация выпускника**

Бакалавр

**Форма обучения**

очная/заочная

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Декан социально-педагогического факультета, канд. психол. наук, доцентВ.А. Дерючева \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «20» июня 2023 г.  | СОГЛАСОВАНОДекан факультета заочной формы обучения, канд. пед. наук., профессор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.Х Шнайдер«20» июня 2023 г.  | Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (протокол № 6 от «30» мая 2023 г.)Заведующий кафедрой, канд. пед. наук, доцент В.В. Буторин\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  | Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (протокол № 4 от 29.04.20)Заведующий кафедрой к.п.н., доцент Буторин В.В. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |  |

Малаховка 2023

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации N 940 от 19.09.2017 г.

**Составители рабочей программы:**

О.В.Натарова, старший преподаватель \_\_\_\_\_ \_\_\_\_

**Рецензенты:**

И.А. Климашин, канд. пед. наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

К.С. Дунаев, д-р. пед. наук, профессор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Ссылки на используемые в разработке РПД дисциплины профессиональные стандарты (в соответствии с ФГОС ВО 49.03.01):**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код ПС | Профессиональный стандарт | Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ | Аббрев. исп. в РПД |
| **01 Образование и наука** |
| 01.003  | "Педагог дополнительного образования детей и взрослых" | Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 22 сентября 2021 г. N 652 н | **ПДО** |
| **05 Физическая культура и спорт** |
| 05.008 | «Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта» | Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 27 апреля 2023 г. N 363 н | **Р** |
| 05.010 | ["Специалист по антидопинговому обеспечению"](http://internet.garant.ru/document/redirect/71350476/0) | Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 27 апреля 2023 г. N 357 н  | **СА** |

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

**УК-3-** Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

**УК-4 -** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ЗУН** | Соотнесенные профессиональные стандарты | Формируемые компетенции |
| **Знания:**цели, задачи и основные направления работы специалиста по связям с общественностью в спортивной отрасли; основной PR-инструментарий и сферы его применения;возможности цифровой среды для организации связей с общественностью.**Умения:**организовывать эффективное социальное взаимодействие и определять коммуникационные задачи применения PR в процессе решения профессиональных задач (в том числе с использованием современных информационных технологий), **Навыки** и/или опыт деятельности:современными технологиями PR; навыками публичных выступлений | ***Не используются*** | **УК-3** |
| **Знания:**Основные правила и технические приемы создания информационно-рекламных материалов (листовок, буклетов, плакатов, баннеров, презентаций) на бумажных и электронных носителях;Техники и приемы общения (слушания, убеждения) с учетом возрастных и индивидуальных особенностей собеседников**Умения:**Организовывать подготовку и размещение, готовить и размещать информационно-рекламные материалы (листовки, буклеты, плакаты, баннеры, презентации) о возможностях дополнительного образования детей и взрослых в различных областях деятельности, о перечне и основных характеристиках предлагаемых к освоению образовательных программПроводить презентации организации, осуществляющей образовательную деятельность, и реализуемых ею образовательных программ, дни открытых дверей, конференции, выставки и другие мероприятия, обеспечивающие связь с общественностью, родителями (законными представителями) и детьми и (или) взрослым населением, заинтересованными организациями**Навыки** и/или опыт деятельности:Планирование мероприятий для привлечения новых обучающихся | ***ПДО*** ***С/02.6***Организационно-педагогическое обеспечение развития социального партнерства и продвижения услуг дополнительного образования детей и взрослых | **УК-4** |
| **Знания:**Методики составления программ и информационных антидопинговых мероприятий **Умения:**Применять соответствующие целевой аудитории формы и виды антидопинговых мероприятий**Навыки** и/или опыт деятельности:Выбор формы и способа проведения информационного и профилактического антидопингового мероприятияВыбор целевой аудитории для реализации информационных и профилактических антидопинговых программ | ***СА******В/02.6***Планирование и проведение воспитательных, информационных и профилактических антидопинговых мероприятий с использованием разработанных рекомендаций, инструкций и пособий |
| **Знания:**Требования к разработке информационной и коммуникативной политики физкультурно-спортивной организацииПравила составления пресс-релизов, информационных обзоров, рекламного контентаПравила организации работы пресс-центра.Пользоваться поисковыми, справочными, аналитическими системами, информационными ресурсами, базами данных и цифровыми сервисами**Умения:**Создавать и редактировать пресс-релизы, информационные обзоры, рекламный контент**Навыки** и/или опыт деятельности:Формирование и согласование информационной и комуникационной политики физкультурно-оздоровительной, физкультурно-спортивной деятельности организации | ***Р******А/05.6***Управление структурным подразделением по информационному обеспечению физкультурно-оздоровительной, физкультурно-спортивной деятельности |  |

**2.Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» относится к дисциплинам обязательной части образовательной программы.

Объем дисциплины составляет 72 часа (2 зачетные единицы). Дисциплина изучается студентами очной и заочной форм обучения в 7 семестре, форма промежуточной аттестации: зачет.

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

*очная форма обучения*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Часов всего | **Семестр** |
| **7** |
| **Контактная работа преподавателя с обучающимися** | 28 | 28 |
| В том числе: |  |
| Лекции | 8 | 8 |
| Семинары (С) | 20 | 20 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 44 | 44 |
| Вид промежуточной аттестации:  | зачет | + |
| Общая трудоемкость  |  |  |
| часызачетные единицы | 722 | 722 |

*заочная форма обучения*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Часов всего | **Семестр** |
| **7** |
| **Контактная работа преподавателя с обучающимися** | 10 | 10 |
| В том числе: |  |
| Лекции | 4 | 4 |
| Семинары (С) | 6 | 6 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 62 | 62 |
| Вид промежуточной аттестации:  | зачет | + |
| Общая трудоемкость  |  |  |
| часызачетные единицы | 722 | 722 |

**4. Содержание дисциплины:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Тема (раздел) | Содержание раздела  |
|  | Введение в дисциплину | Связи с общественностью в современном обществе. Подходы к пониманию и задачи PR, модели PR практики. Типология СМИ. Виды деятельности и составляющие PR. Определение понятий «связи с общественностью (PR), «пропаганда», «лоббизм», «реклама». PR в цифровой среде. Пропаганда как социально-психологическое явление. Пропаганда в цифровой среде. [Манипулирование массовым сознанием.](http://psyfactor.org/lybr71.htm) [Социальные стереотипы и предрассудки.](http://psyfactor.org/lybr74.htm) [Слухи. Психология слухов](http://psyfactor.org/lybr72.htm). [Психология масс](http://psyfactor.org/lybr73.htm). [Толпа](http://psyfactor.org/lybr73.htm). Особенности воздействия на массовое сознание в цифровой среде. Мода как социально-психологическое явление цифровом пространстве. Становление и развитие пропаганды и PR в мировом пространстве и России. Становление спортивного PR в России. Правовые аспекты PR. |
|  | Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта | Социально-психологические технологии в связях с общественностью. Инструменты PR-деятельности. Особенности проведения PR мероприятий в спорте. Формы и средства подачи новостных материалов. Публичные выступления как элемент работы в коммуникативном пространстве. Рекомендации по подготовке и проведению стрима (прямой трансляции). Подготовка к публичному выступлению. Выступление в подкастах. Этапы планирования и проведения PR-кампаний. Корпоративный имидж и внутриорганизационный PR. Имидж в цифровом пространстве. Интернет-брендинг. Имидж в спорте и физической культуре. Связи с общественностью в политической сфере. Internet в PR. Спонсоринг и фандрайзинг. Работа с болельщиками. Работа с потребительской аудиторией. |
|  | Реклама в сфере физической культуры и спорта | Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Особенности рекламы в цифровой среде. Психологические основы создания рекламного сообщения. Печатная реклама, радиореклама, телевизионная реклама: ее основные виды и параметры эффективности. Современная спортивная реклама и ее роль в общественных коммуникациях. Целевая аудитория спортивной организации, ее характеристики. Цифровой профиль потребителя. Психотипы потребителя в социальной сети. |
|  | Пропаганда здорового образа жизни | Составляющие здорового образа жизни. Пропаганда здорового образа жизни как фактор борьбы с вредными привычками. Возможности использования цифровых технологий для пропаганды здорового образа жизни. Проблема девиантного поведения в обществе и возможности физической культуры и спорта для его профилактики. Формирование ценностей сферы физической культуры и спорта у целевой аудитории методами пропаганды. Основные направления в деятельности СМИ по пропаганде ценностей физической культуры и спорта в обществе. Роль СМИ в оценке значимости Олимпийского спорта. Планирование мероприятий для привлечения обучающихся (в том числе привлечение новых обучающихся) к занятиям физической культурой и спортом. Использование цифровых технологий для привлечения обучающихся в физкультурно-спортивную организацию. Информационное обеспечение физкультурно-спортивной организации. Позиционирование физкультурно-спортивной организации в цифровой среде. Информационное обеспечение антидопинговых мероприятий.  |

 **5. Разделы дисциплины и виды учебной работы:**

*очная форма обучения*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Виды учебной работы | Всегочас. |
| Л | С | СРС |
|  | Введение в дисциплину | 2 | 4 | 8 | 14 |
|  | Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта | 6 | 8 | 22 | 36 |
|  | Реклама в сфере физической культуры и спорта | - | 6 | 6 | 12 |
|  | Пропаганда здорового образа жизни | - | 2 | 8 | 10 |
|  | ВСЕГО | 8 | 20 | 44 | 72 |

*заочная форма обучения*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Виды учебной работы | Всегочас. |
| Л | С | СРС |
|  | Введение в дисциплину | 2 | - | 12 | 14 |
|  | Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта | 2 | 2 | 32 | 36 |
|  | Реклама в сфере физической культуры и спорта | - | 2 | 10 | 12 |
|  | Пропаганда здорового образа жизни | - | 2 | 8 | 10 |
|  | ВСЕГО | 4 | 6 | 62 | 72 |

**6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**6.1. Основная литература**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| п/№ | Наименование издания | Кол-во экземпляров |
| библиотека |
| 1. | Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. - М. :Юрайт, 2016. - 393 с.  | 20 |
| 2. | Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. - 7-е изд. - СПб. : Питер, 2016. - 793 с.  | 8 |
| 3. | Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб.пособие для студентов вузов/А.Н. Чумиков. – 2-у изд., испр.идоп. - М. : ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. – 159 с.  | 25 |
| 4. | Антонова, Н.В. Психология массовых коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата/ Н.В. Антонова. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 373 с. | 20 |
| 5. | Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции. Учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко. — Москва : Дело, 2016. — 520 c. — ISBN 978-5-7749-1135-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51076.html>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 6. | Мишина, И. В. Реклама в спорте : учебное пособие / И. В. Мишина, А. А. Стрелков ; НГУФК им. П. Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург, 2014. - Библиогр.: с. 94. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) : [сайт]. — URL: http://lib.mgafk.ru (дата обращения: 21.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей  | 1 |
| 7. | Мишина, И. В. Реклама в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / И. В. Мишина, А. А. Стрелков ; НГУФК им. П. Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург, 2014. - Библиогр.: с. 113. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) : [сайт]. — URL: http://lib.mgafk.ru (дата обращения: 21.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей  | 1 |
| 8. | Эффективная коммуникация : словарь-справочник для специалистов в области связей с общественностью / С. А Василенко, В. А. Исаков, Н. С. Кожеурова, О. С. Полунина ; под редакцией Н. С. Кожеурова. — Москва : Московский городской педагогический университет, 2013. — 88 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/26671.html>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 9. | 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: 21.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 10. | *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: 31.03.2023). | 1 |
| 11. | Натарова, О. В.Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / О. В. Натарова, А. В. Наумова ; Московская государственная академия физической культуры. - Малаховка, 2020. - 68 с. - Библиогр.: с. 61-63. - ISBN 978-5-00063-048-8 : 152.00. -  | 50 |
| 12. | Натарова, О. В. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / О. В. Натарова, А. В. Наумова ; Московская государственная академия физической культуры. - Малаховка, 2020. - 68 с. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) : [сайт]. — URL: http://lib.mgafk.ru (дата обращения: 10.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. | 1 |
| 13. | *Жильцова, О. Н.* Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939> (дата обращения: 31.03.2023). | 1 |
| 14. | *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: 31.03.2023). | 1 |
| 15. | *Хуссейн, И. Д.* Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 31.03.2023). | 1 |

**6.2. Дополнительная литература**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| п/№ | Наименование издания | Кол-во экземпляров |
| библиотека |
| 1. | Муртазина Г. Х. Связи с общественностью в физической культуре, рекреации и спорте : учебно-методическое пособие СПбГУФК. - СПб., 2008 | 1 |
| 2. | Муртазина, Г. Х. Связи с общественностью в физической культуре, рекреации и спорте : учебно-методическое пособие / Г. Х. Муртазина ; НГУФК им. П. Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург, 2008. - табл. - Библиогр.: в конце каждой темы. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) : [сайт]. — URL: http://lib.mgafk.ru (дата обращения: 21.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 3. |  Муртазина Г. Х. Развитие познавательной активности студентов специализации "Связи с общественностью в сфере массовой физической культуры, рекреации и спорта" Нац. гос. ун-т физ. культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта// Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. - 2012. - № 2. - С. 108-111. | 1 |
| 4. | Лебедев-Любимов А. Н.Психология рекламы СПб. : Питер, 2006 | 15 |
| 5. | Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита Психологический практикум СПб. : Речь, 2003 | 10 |
| 6. | Авдулова Т. П Психология менеджмента : учебное пособие М. : ACADEMIA, 2003 | 20 |
| 7. | Личность и профессия: психологическая поддержка и сопровождение : учебное пособие под ред. Л. М. Митиной М. : ACADEMIA, 2005 | 19 |
| 8. | Морозов А. В. Деловая психология : учебник для вузов М. : Академический Проект, 2005 | 10 |
| 9. | Истягина-Елисеева Е. А. Основные направления PR в международном олимпийской движении Теория и практика физической культуры. - 2001. - № 7. - С. 15 | 1 |
| 10. | Мяконьков В. С. Влияние олимпийской символики, используемой в качестве торговой марки, на поведение потребителя Теория и практика физической культуры. - 2001. - № 7. - С. 43 | 1 |
| 11. | Шорохова Л. Б.Управление пропагандой, агитацией и рекламной деятельностью в сфере физической культуры и спорта Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. - 2008. - № 3. - С. 70-74. | 1 |
| 12. | Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие М. : Дело, 2006 | 30 |
| 13. | Кузьменкова, М. А. Связи с общественностью. Гражданский диалог : учебное пособие / М. А. Кузьменкова. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 288 c. — ISBN 978-5-211-05809-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13158.html> (дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 14. | Квят, А. Г. Методологические основы связей с общественностью : курс лекций / А. Г. Квят. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012. — 175 c. — ISBN 978-5-7779-1449-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/24901.html>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 15. | Сайкин, Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 84 c. — ISBN 978-5-7782-2381-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44973.html>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 16. | Горяева, Е. Г. Организация работы отдела по связям с общественностью : учебное пособие / Е. Г. Горяева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2009. — 80 c. — ISBN 978-5-7782-1244-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44976.html>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 17. | Чернышева, Т. Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 140 c. — ISBN 978-5-7782-2163-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/45013.html>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 18. | Богданов, В. В. Теория и практика связей с общественностью. Медиарилейшнз : учебное пособие / В. В. Богданов, И. М. Комарова. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 59 c. — ISBN 978-5-7782-1675-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/45040.html>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 19. | Костина, А. В. Основы рекламы : электронный учебник / А. В. Костина, О. И. Карпухин, Э. Ф. Макаревич. - Москва : КноРус, 2009. - (Электронный учебник). - 1 CD. - 507.37. - Электронная программа (визуальная). Электронные данные : электронные. | 1 |
| 20. | Гринь, С. Н. Связи с общественностью : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 183 c. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86416.html>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 21. | 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>(дата обращения: 14.04.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей | 1 |
| 22. | *Борщевский, Г. А.* Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15901-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510237> (дата обращения: 31.03.2023). | 1 |
| 23. | Риторика : учебник для вузов / В. Д. Черняк [и др.] ; под общей редакцией В. Д. Черняк. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 414 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6672-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510612> (дата обращения: 31.03.2023). | 1 |
| 24. | *Тульчинский, Г. Л.* Логика и теория аргументации : учебник для вузов / Г. Л. Тульчинский, С. С. Гусев, С. В. Герасимов ; под редакцией Г. Л. Тульчинского. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01178-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511589> (дата обращения: 31.03.2023). | 1 |
| 25. | *Корягина, Н. А.* Самопрезентация и убеждающая коммуникация : учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 380 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16070-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530373> (дата обращения: 31.03.2023) | 1 |
| 26. | *Москвин, В. П.* Риторика и теория аргументации : учебник для вузов / В. П. Москвин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 725 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09710-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517092> (дата обращения: 31.03.2023). | 1 |
| 27. | *Ковалева, А. В.* Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518935> (дата обращения: 31.03.2023). | 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:**

**8.1.** 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. 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*

*«Пропаганда и связи с общественностью*

*в сфере физической культуры и спорта»*

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**

**«ПРОПАГАНДА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»**

**Направление подготовки**

49.03.01 Физическая культура

**Профили подготовки**

 *«Физкультурно-оздоровительные технологии»*

*«Физкультурное образование»*

*«Оздоровительные виды аэробики и гимнастики»*

**Квалификация выпускника**

Бакалавр

**Форма обучения**

очная/заочная

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры

(протокол № 6 от «30» мая 2023 г.)

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

Малаховка, 2023

**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Формируемые компетенции | Трудовые функции | ЗУНы | Индикаторы достижения |
| **УК-3**Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; | Отсутствуют | **Знания:**цели, задачи и основные направления работы специалиста по связям с общественностью в спортивной отрасли; основной PR-инструментарий и сферы его применения;возможности цифровой среды для организации связей с общественностью.**Умения:**организовывать эффективное социальное взаимодействие и определять коммуникационные задачи применения PR в процессе решения профессиональных задач (в том числе с использованием современных информационных технологий), **Навыки** и/или опыт деятельности:современными технологиями PR; навыками публичных выступлений | Знает понятийный аппарат дисциплины; значение пропаганды физической культуры и спорта для различных групп населения; средства и методы пропаганды здорового образа жизни используя цифровые инструменты; Предлагает методы организации эффективного взаимодействия с различными группами населения по решению задач популяризации здорового образа жизни используя цифровые инструменты; Аргументированно рассказывает о пользе занятий физкультурно-спортивной деятельностью в целом, и избранным видом спорта в частности, учитывая социально-демографические характеристики аудитории; |
| **УК-4 –** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);  | ***ПДО*** ***С/02.6***Организационно-педагогическое обеспечение развития социального партнерства и продвижения услуг дополнительного образования детей и взрослых | **Знания:**Основные правила и технические приемы создания информационно-рекламных материалов (листовок, буклетов, плакатов, баннеров, презентаций) на бумажных и электронных носителях;Техники и приемы общения (слушания, убеждения) с учетом возрастных и индивидуальных особенностей собеседников**Умения:**Организовывать подготовку и размещение, готовить и размещать информационно-рекламные материалы (листовки, буклеты, плакаты, баннеры, презентации) о возможностях дополнительного образования детей и взрослых в различных областях деятельности, о перечне и основных характеристиках предлагаемых к освоению образовательных программПроводить презентации организации, осуществляющей образовательную деятельность, и реализуемых ею образовательных программ, дни открытых дверей, конференции, выставки и другие мероприятия, обеспечивающие связь с общественностью, родителями (законными представителями) и детьми и (или) взрослым населением, заинтересованными организациями**Навыки** и/или опыт деятельности:Планирование мероприятий для привлечения новых обучающихся | Знает назначение PR-документов, содержательные и оформительские требования к их созданию; виды и методы пропаганды; особенности проведения PR-кампаний, пропаганды и рекламы в цифровом пространстве.Составляет пресс-релиз анонс мероприятия по пропаганде здорового образа жизни и оформляет его в соответствии с предъявляемыми требованиями;Готовит презентацию, популяризирующую избранный вид спорта, учитывая особенности целевой аудитории, используя цифровые инструменты визуализации;Доступно рассказывает о преимуществах занятий избранным видом спорта, с учетом потребностей целевой аудитории в услугах физкультурно-спортивной направленности;Планирует мероприятия по пропаганде здорового образа жизни, в том числе по привлечению новых обучающихся в избранный вид спорта с применением современных информационных технологий |
| ***СА******В/02.6***Планирование и проведение воспитательных, информационных и профилактических антидопинговых мероприятий с использованием разработанных рекомендаций, инструкций и пособий | **Знания:**Методики составления программ и информационных антидопинговых мероприятий **Умения:**Применять соответствующие целевой аудитории формы и виды антидопинговых мероприятий**Навыки** и/или опыт деятельности:Выбор формы и способа проведения информационного и профилактического антидопингового мероприятияВыбор целевой аудитории для реализации информационных и профилактических антидопинговых программ | Знает: содержание основных этапов проведения кампании по связям с общественностью; особенности массовой коммуникации; психологические основы создания рекламно-информационных сообщений; основные характеристики целевой аудитории физкультурно-спортивной организации; особенности восприятия информации аудиторией, в зависимости от ее социально-демографических характеристик;Признает существование проблемы использования допинга в избранном виде спорта и предлагает возможные способы решения;Предлагает информационные мероприятия антидопинговой направленности в физкультурно-спортивной организации с учетом характеристик целевой аудитории (по выбору студента), в том числе в цифровой среде |
| ***Р******А/05.6***Управление структурным подразделением по информационному обеспечению физкультурно-оздоровительной, физкультурно-спортивной деятельности | **Знания:**Требования к разработке информационной и коммуникативной политики физкультурно-спортивной организацииПравила составления пресс-релизов, информационных обзоров, рекламного контентаПравила организации работы пресс-центра.Пользоваться поисковыми, справочными, аналитическими системами, информационными ресурсами, базами данных и цифровыми сервисами**Умения:**Создавать и редактировать пресс-релизы, информационные обзоры, рекламный контент**Навыки** и/или опыт деятельности:Формирование и согласование информационной и комуникационной политики физкультурно-оздоровительной, физкультурно-спортивной деятельности организации | Знает: содержание основных этапов проведения кампании по связям с общественностью; особенности массовой коммуникации; требования к составлению пресс-релизов;Составляет пресс-релиз анонс мероприятия по пропаганде здорового образа жизни и оформляет его в соответствии с предъявляемыми требованиями;Определяет направления информационной и комуникационной политики физкультурно-оздоровительной и физкультурно-спортивной деятельности организации. |

Составитель: Натарова О.В.

**1. Типовые контрольные задания:**

***1.1 Перечень вопросов для промежуточной аттестации.***

1. Понятие «связи с общественностью» (PR). Подходы к пониманию и задачи PR, модели PR практики. Виды деятельности и составляющие PR. PR в цифровой среде.

2. Типология СМИ.

3. Понятие «пропаганда», ее характерные черты, функции и цели. Виды пропаганды. Пропаганда в цифровой среде.

4. Механизмы и методы воздействия средств массовой коммуникации на массовое сознание. Особенности воздействия на массовое сознание в цифровой среде

5. Направления и средства пропаганды здорового образа жизни. Возможности использования цифровых технологий для пропаганды здорового образа жизни.

6. Понятие «общение». Межличностное и массовое общение. Стороны общения. Особенности обмена информацией в коммуникативном процессе.

7. Назначение пресс-конференции. Этапы подготовки и проведения пресс-конференции. Пресс-конференции-онлайн.

8. Назначение пресс-тура. Этапы подготовки и проведения пресс-тура.

9. Назначение презентации. Этапы подготовки и проведения презентации.

10. Характеристика вербальной и невербальной коммуникации.

11. Линейная модель коммуникативного процесса Г.Ласуэлла

12. Признаки заведомо ложной (фейковой) информации, распространяющейся в социальных сетях.

13. Коммуникативная компетентность. Факторы, затрудняющие процесс коммуникации.

14. Характеристика базовых PR-документов, используемых в отношениях со средствами массовой информации.

15. Требования к написанию пресс-релиза. Виды пресс-релиза.

16. Исследования, как первоначальный этап PR-кампании. Характеристика подготовительного этапа планирования PR-кампании

17. Планирование бюджета PR-компании. Медиапланирование

18. Этап реализации PR-кампании. Заключительный этап проведения PR-кампании.

19. Правовые аспекты PR-деятельности.

20. Становление и развитие PR в США.

21. PR в современной России: хронология и тенденции развития.

22. Развитие национальных школ по связям с общественностью: немецкой, французской, британской.

23. Слух как СМИ, коммуникативные характеристики слуха. Виды и функции слухов. Психологические механизмы возникновения и циркуляции слухов.

24. Социальные стереотипы: определение, виды, функции, влияние на поведение, истинность и ложность, использование в СМИ.

25. Мода как социально-психологическое явление.

26. Манипулирование массовым сознанием.

27. Приемы создания и усиления новости.

28. PR-в кризисных ситуациях. Подготовка к кризису. Приемы снижения влияния кризиса на репутацию организации.

29. Спичрайтинг. Принципы подготовки программных, публичных и письменных речей. Стриминг. Подкасты.

30. Корпоративный имидж: понятие, функции, составляющие. Имидж физкультурно-спортивных организаций. Имидж в цифровой среде.

31. Понятие «бренд», его назначение в современной системе маркетинговых коммуникаций. Создание и позиционирование бренда. Интернет-брендинг.

32. Внутриорганизационный PR: направления, задачи и методы.

33. История, легенда, миссия и видение организации.

34. Связи с общественностью в политической сфере.

35. Понятие «реклама». Признаки рекламы, ее преимущества и недостатки. Особенности рекламы в цифровой среде.

36. Виды рекламы: по целевым аудиториям, охватываемой территории, средствам и методам передачи.

37. ATL и BTL-реклама.

38. Психологические типы потребителей и реклама. Психотипы потребителя в социальной сети.

39. Сегментирование рекламной аудитории по потребностям, стилю принятия решения и Сегментирование по типу личности.

40. Характеристики целевой аудитории физкультурно-спортивной организации. Цифровой профиль потребителя.

41. Оценка эффективности рекламы. Цифровые инструменты оценки.

42. Цвет в рекламе.

43. Язык и реклама. Фонетика в рекламе.

44.Психологические основы нейминга.

45. Спонсоринг и фандрайзинг. Виды спонсорства в спорте.

46. Современная спортивная реклама и ее роль в общественных коммуникациях

47. Проблема девиантного поведения в обществе и возможности физической культуры и спорта для его профилактики.

48. Планирование мероприятий для привлечения обучающихся (в том числе привлечение новых обучающихся) к занятиям физической культурой и спортом. Использование цифровых технологий для привлечения обучающихся в физкультурно-спортивную организацию

49. Информационное обеспечение антидопинговых мероприятий.

50. Позиционирование физкультурно-спортивной организации в цифровой среде.

**Критерии оценки:**

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. На зачете преподаватель по своему усмотрению предлагает студенту ответить на два вопроса из предложенного перечня. На подготовку ответов на вопросы студенту отводится 15-20 минут. В случаях затруднения при ответе на вопрос или неполном ответе студента, преподаватель может задать наводящие или дополнительные вопросы в рамках изучаемой дисциплины. В случае неудовлетворительного ответа студента на заданные вопросы, преподаватель имеет право отправить студента на повторную сдачу зачета.

 - **оценка «зачтено»** выставляется если студент правильно и развернуто ответил на поставленные вопросы; построил ответ логично, последовательно, привел примеры, показал владение терминологическим аппаратом; сумел объяснять сущность, явлений, процессов, событий, проявил свободное владение монологической речью, при это допуская стилистические неточности. Допускается наличие одной-двух неточностей при употреблении терминологического аппарата;

 - **оценка** **«не зачтено»** если студент не ответил на вопрос или при ответе обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, незнание основных вопросов теории, не умеет давать аргументированные ответы, слабо владеет монологической речью. В ответе отсутствует логичность и последовательность. Допускаются серьезные ошибки при употреблении терминологического аппарата.

**1.2 Темы для дискуссии**

**Раздел 2. Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта**

1. Видеоблоггеры – альтернатива традиционным СМИ?

2. Возможности использования сети Интернет и цифровых технологий для пропаганды здорового образа жизни.

3. Высказывания и действия представителей органов государственной власти и политических деятелей по пропаганде здорового образа жизни.

4. Признаки фейковой информации

5. Брифинг и пресс-конференция: сходство и различие.

Раздел 3.Реклама в сфере физической культуры и спорта

1. Основные направления в деятельности СМИ по пропаганде ценностей физической культуры и спорта в обществе.

2. Роль СМИ в оценке значимости Олимпийского спорта.

3. Реклама деятельности физкультурно-спортивных организаций (найти примеры, обозначить целевую аудиторию).

4. Признаки рекламы, ее преимущества и недостатки.

5. Виды рекламы: по целевым аудиториям, охватываемой территории, средствам и методам передачи.

**Раздел 4. Пропаганда здорового образа жизни.**

1. Информационное обеспечение антидопинговых мероприятий.

2. Формирование ценностей сферы физической культуры и спорта у целевой аудитории методами пропаганды.

**Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он демонстрирует полное понимание обсуждаемой проблемы, высказывает собственное суждение по обсуждаемому вопросу, применяя научную терминологию и оперируя статистическими данными, аргументировано отвечает на вопросы участников, соблюдает регламент выступления;

- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он понимает суть рассматриваемой проблемы, может высказать типовое суждение по вопросу, отвечает на вопросы участников, при полемике соблюдает этические нормы, однако выступление носит затянутый или не аргументированный характер;

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся если, он принимает участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков, при полемике соблюдает этические нормы;

- оценка «неудовлетворительно выставляется обучающемуся, если он не принимает участия в обсуждении, при полемике не соблюдает этические нормы, проигнорировал данный вид работы.

**1.3 Темы для доклада-презентации**

**Раздел 1. Введение в дисциплину.**

1. Американский опыт функционирования PR
2. PR в современной России: хронология развития, тенденции
3. Развитие национальных школ по связям с общественностью: немецкой, французской, британской
4. Правовые аспекты PR-деятельности
5. Информационный тоталитаризм. Манипулирование массовым сознанием с использованием современных технологий
6. Мода как социально-психологическое явление. Мода в цифровом пространстве
7. Стереотип. Социальные стереотипы (определение, виды, функции, влияние на поведение, истинность и ложность, использование в СМИ)
8. Слухи. Психология слухов (определение, виды слухов, их связь с реальностью, причины возникновения, влияние на массовое сознание)
9. Психология масс. Толпа. Паника.
10. Когнитивные искажения.

**Раздел 2. Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта**

1. Создание и усиление новости. Использование цифровых технологий.
2. Формы и методы мониторинга СМИ
3. Управление СМИ и информацией (формирование собственного информационного потока и его сегментирование)
4. Признаки кризисной ситуации и классификация кризисов. Подготовка к кризису
5. Стратегия управления в кризисной ситуации. Основные правила реагирования в кризисных ситуациях
6. Работа с целевыми аудиториями в условия чрезвычайного происшествия. Снижение влияния кризиса на репутацию организации
7. Программные речи.
8. Спичрайтинг.
9. Публичные речи. Стриминг. Подкаст.
10. Письменные речи.
11. Презентации. Разработка презентации.
12. Риторика и язык телодвижений
13. Корпоративный имидж. Имидж в цифровой среде.
14. История и легенда компании
15. Брендинг в бизнесе. Интернет-бренидинг.
16. Социальный брендинг
17. Региональный брендинг
18. Фирменный стиль в общем контексте деятельности PR-специалиста
19. Брендинг в политике
20. Стратегия и тактика проведения избирательной кампании
21. Взаимодействие СМИ и органов государственной власти
22. Спонсоринг и фандрайзинг (с примерами из избранного вида спорта)
23. Целевая аудитория спортивной организации, ее характеристики. Цифровой профиль потребителей.
24. Методы проведения PR мероприятий в спорте
25. Работа с болельщиками. Работа с болельщиками в Интернет-пространстве.
26. Возможности использования вирусного маркетинга в Интернете.

**Раздел 3. Реклама в сфере физической культуры и спорта**

1. ATL и BTL-реклама.
2. Психологические типы потребителей и реклама. Сегментирование по потребностям и стилю принятия решения.
3. Сегментирование по типу личности
4. Обращение к ценностям в рекламе
5. Цвет в рекламе
6. Язык и реклама
7. Фонетика в рекламе
8. Психологические основы нейминга
9. Психологические приемы видеорекламы
10. Формы и жанры рекламы в печатных СМИ
11. Формы и жанры радиорекламы
12. Формы и жанры телерекламы
13. Формы и жанры Интернет-рекламы
14. Современные мультимедийные технологии в рекламе

Самореклама. Самопрезентация в сети, ее разновидности (видеосвязь, интернет-конференции, персональная и корпоративная самопрезентация)

1. Оценка эффективности рекламы

**Раздел 4. Пропаганда здорового образа жизни.**

1. Составить презентацию, рассказывающую про избранный вид спорта (с собственными фотографиями), учитывая особенности целевой аудитории (дети, родители, педагоги и др.).

**Критерии оценки**

Требования к подготовке и изложению доклада-презентации:

1. Количество слайдов в презентации должно соответствовать содержанию и продолжительности выступления; должны иметься: титульный слайд, слайд с выводами, слайд со ссылками на использованные при подготовке доклада литературные источники, иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст должен легко читаться (размер шрифта не менее 24 пт, фон контрастный);

2. Оформление слайдов должно соответствовать теме, не препятствовать восприятию содержания, для всех слайдов презентации должен использоваться один и тот же шаблон оформления

3. Презентация должна начинаться с определений основных понятий, содержать наиболее полную, понятную информацию по теме работы, в ней должны отсутствовать стилистические, орфографические и пунктуационные ошибки.

4. Выступающий должен свободно владеть содержанием, ясно и грамотно излагать материал, отвечать на вопросы и замечания аудитории.

5. Не допускается скачивание готовых презентаций из сети Интернет.

**Критерии оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется, если представленный доклад-презентация соответствуют предъявленным требованиям к его оформлению и изложению

- оценка «не зачтено» выставляется, если: студент проигнорировал данный вид работы; представленный доклад-презентация не отвечает предъявленным требованиям к его оформлению или изложению.

**1.4 Темы эссе**

**Раздел 2. Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта**

1. Имидж в спорте и физической культуре (с примерами из избранного вида спорта)

**Критерии оценки**

Эссе - средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме

Оценка **«отлично»** выставляется, если обучающийся проявил умение письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария данной дисциплины, проявил способности к логическому изложению сути вопроса, аргументировано и убедительно представил свою точку зрения, сумел сделать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Оценка **«хорошо»** выставляется, если обучающийся проявил умение письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария данной дисциплины, сумел сделать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме, но аргументация недостаточно убедительна, имеются некоторые нарушения логики и последовательности в изложении собственной позиции.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется, если обучающийся не проявил достаточного умения письменно излагать суть проблемы, слабо выражено умение самостоятельно проводить анализ поставленной проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария данной дисциплины, обучающийся не сумел сделать ясных выводов, обобщающих авторскую позицию.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, если обучающийся неверно изложил суть проблемы, не проявил умения самостоятельно проводить анализ поставленной проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария данной дисциплины, не сумел сделать логически вытекающих из текста выводов, обобщающих авторскую позицию.

**1.5 Практические задания**

1. Выписать понятие «лоббирование», его цели и методы. Ответить на вопрос: «Чем понятия «связи с общественностью (PR), «пропаганда», «лоббизм», «реклама» отличаются друг от друга?». Данные определения занести в яндекс-документ для наглядной демонстрации в группе.

2. Дать определение и привести примеры следующих видов PR – деятельности: б**елый PR, чёрный PR, жёлтый PR, серый PR, self PR, коричневый PR, зелёный PR, вирусный PR, кровавый PR, PR цвета хаки**, с**крытый PR.** Данные определения занести в яндекс-документ для наглядной демонстрации в группе. Подобрать иллюстрации используя яндекс-презентацию.

3. Выберите физкультурно-оздоровительную или физкультурно-спортивную организацию и предложите направления ее информационной и комуникационной политики.

**Раздел 2. Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта**

1. Привести примеры фейковых новостей. Подобрать иллюстрации используя яндекс-презентацию.

2. Выписать определения: миссия организации, имидж, бренд. Данные определения занести в яндекс-документы для наглядной демонстрации в группе.

3. Составить пресс-релиз анонс мероприятия, связанного с пропагандой здорового образа жизни.

Структура пресс-релиза:

1. Заголовок: должен быть кратким, максимально содержательным и привлекать внимание.

2. Первый абзац должен в 2-3 строках раскрывать содержание текста и желание узнать больше.

3. Основной текст содержит информацию в объективной, сжатой и информативной форме: приводятся только факты, необходимо придерживаться норм литературного языка.

4. Контактные данные: в какой организации и каким подразделением подготовлен пресс-релиз, как связаться с его автором при возникновении вопросов и необходимости получения дополнительной информации.

Требования к содержанию:

Текст пресс-релиза должен отвечать на вопросы:

- Что происходит?

- Где происходит?

- Когда это происходит?

- Почему это делается?

- Какие перспективы это имеет?

Пресс-релиз анонс должен содержать следующую информацию:

- точное название мероприятия;

- дата проведения (желательно с указанием дня недели);

- место проведения;

- организатор или организаторы;

- интересный заголовок;

- основное сообщение для прессы;

- заранее подготовленные цитаты спикеров, (не обязательно);

- справочные данные о компании/личности (необязательно);

- контактные данные организаторов.

Пресс-релиз нужно посвящать только одному информационному поводу. Каждую новую мысль нужно начинать с нового абзаца, при этом абзацы должны быть не более 6-7 строк, а составляющие их предложения – достаточно короткими и простыми для восприятия. Не используются аббревиатуры и сокращения кроме общепризнанных.

Требования к оформлению:

Текст пресс-релиза должен умещаться на одну страницу, шрифт: Times new roman, не менее 12 пт, выравнивание основного текста по ширине, заголовка по центру

**Раздел 4. Пропаганда здорового образа жизни.**

1. Подготовить план мероприятий в школе (общеобразовательной или спортивной) по пропаганде здорового образа жизни и занятий физической культурой и спортом. План должен включать в себя: дату (по одному в месяц), название мероприятия, целевую аудиторию и цели мероприятия. Мероприятия должны быть разными и направленными на пропаганду ЗОЖ, учитывая особенности целевой аудитории.

2. Подготовить план информационного антидопингового мероприятия. План должен содержать: цель проведения, дату, целевую аудиторию и краткое описание мероприятия.

**Критерии оценки**

- оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если содержание представленного практического задания соответствует предъявляемым требованиям к оформлению и содержанию предложенного задания;

- оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, если содержание представленного практического задания не соответствует предъявляемым требованиям к оформлению и содержанию предложенного задания.

***1.6 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.