Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет физической культуры и спорта
Кафедра теории и методики физической культуры

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



А. В. Савельев
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.2 Популяризация физической культуры и спорта в средствах массовой информации

Направление подготовки/специальность: 49.04.01 - Физическая культура

Профиль/направленность/специализация: Спортивный менеджмент

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Автор программы:
Кандидат педагогических наук, доцент Сысоев Александр Николаевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 49.04.01 - Физическая культура (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «19» сентября 2017 г. № 944).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры теории и методики физической культуры «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета физической культуры и спорта, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры…… 5

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 8

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 17

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 18

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 19

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-5 Способен анализировать, разрабатывать и использовать технологии формирования сегментов информационного общественного пространства для реализации организационного, ресурсного, методического, научного сопровождения развития физической культуры

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- организационно-управленческий
- педагогический

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 01 Образование и наука (в сфере профессионального образования, дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований), 05 Физическая культура и спорт (в сфере физической культуры и массового спорта; в сфере подготовки спортивного резерва; в сфере управления в области физической культуры и спорта)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-5 Способен анализировать, разрабатывать и использовать технологии формирования сегментов информационного общественного пространства для реализации организационного, ресурсного, методического, научного сопровождения развития физической культуры	Интегрирует, отбирает и формулирует социальный заказ на производство конкретного спортивного продукта и принимает организационно-управленческие решения для его популяризации и выполнения в различных условиях внутренней и внешней среды спортивной организации

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-5 Способен анализировать, разрабатывать и использовать технологии формирования сегментов информационного общественного пространства для реализации организационного, ресурсного, методического, научного сопровождения развития физической культуры

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очная (семестр)	
		2	3
1	Научно-исследовательская практика		+

2	Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта	+	

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Популяризация физической культуры и спорта в средствах массовой информации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 49.04.01 - Физическая культура.

Дисциплина «Популяризация физической культуры и спорта в средствах массовой информации» изучается в 2 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Очная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**72**
Контактная работа	24
Лекции (Лекции)	12
Практические (Практ. раб.)	12
Самостоятельная работа (СР)	48
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лекции	Практ. раб.	СР	
		О	О	О	
2 семестр					
1	Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре	2	1	8	Собеседование
2	Современный специалист в области связей с общественностью	1	1	8	Собеседование
3	Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации	1	1	8	Собеседование; Реферат
4	Целевые аудитории в связях с общественностью	1	1	8	Опрос

5	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью	1	1	8	Собеседование
6	Организация специальных событий в сфере физической культуры и спорта	1	2	8	Собеседование; Реферат
7	Этика и право в сфере связей с общественностью	1	1	8	Собеседование

Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре (ПК-5)

Лекция.

Предмет и задачи курса. Многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса связей с общественностью. Роль связей с общественностью (СО, паблик рилейшенз, ПР) в массовой физической культуре и спорте. Основные профессиональные термины и понятия. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью в физической культуре и спорте.

Практическое занятие.

Анализ основных задач дисциплины.

Обсуждение роли связей с общественностью в сфере физической культуры и спорта

Сравнительный анализпонятий: «агитация» —«пропаганда» —«PR»

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 2. Современный специалист в области связей с общественностью (ПК-5)

Лекция.

Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта. Составные части профессиональной деятельности: информирование общественности, формирование общественного мнения, кризисные коммуникации, управление проблемными ситуациями, управление репутацией и создание благоприятного имиджа. Особенности профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта. Квалификационные требования к специалистам. Профессиональные стандарты в России и за рубежом.

Практическое занятие.

- Анализ и обсуждение функций специалиста по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта
- Обсуждение основных проблем подготовки специалистов по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта
- Анализ и обсуждение квалификационных требований к специалистам.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 3. Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации (ПК-5)

Лекция.

Имиджелогия как наука. Инструментарий имиджелогии. Типы имиджей. Позиционирование имиджа, отстройка от конкурентов, снижение и возвышение имиджа.Имидж спортивной организации, товара, услуги. Формирование имиджа физкультурного вуза, спортивного клуба, команды, федерации, ассоциации; спортивной звезды. Спонсорство и спортивных мероприятий в продвижении имиджа организации. Благотворительность в спорте.Основные элементы фирменного стиля спортивной организации: фирменное наименование, товарный знак, логотип, фирменная гамма цветов. Спортивная символика в формировании фирменного стиля. Популярные марки спортивной одежды и обуви.

Практическое занятие.

- Сравнительный анализ понятий «имидж» «репутация»-«бренд»
- Разработка мероприятий по формированию имиджа. Корректировка имиджа
- Обсуждение особенностей имиджа спортивной организации

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 4. Целевые аудитории в связях с общественностью (ПК-5)

Лекция.

Определение целевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория. Определение понятий «болельщики» и «фанаты». Психологические особенности целевых групп. Каналы выхода на различные аудитории общественности. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО. Понятие «база данных целевых СМИ». Критерии отбора и оценки эффективности использования средств коммуникации для различных ПР-мероприятий и программ. Рейтинги СМИ. СМИ и информационные сайты в Интернете. Система приоритетов в использовании средств коммуникации. Виды рабочих ПР-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования:-оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз, информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати, информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на ПР-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, пресс-клиппинг, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («Red forlder»)», приглашение на ПР-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий ПР-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи;-имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «Профиль фирмы», Годовой отчет, Письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио; -интерактивные электронные имиджевые документы в Интернете.

Практическое занятие.

- Обсуждение и анализ эффективности использования средств коммуникации для различных ПР-мероприятий и программ
- Подготовкка рабочих ПР-документов
- Обоснование выбора целевой аудитории

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 5. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью (ПК-5)

Лекция.

Основные причины, создающие потребность ПР-кампании в сфере массовой физической культуры, рекреации и спорта. Виды ПР-кампаний. Классификация кампаний по масштабам и географическому признаку, по целям, характеру и продолжительности. Четыре основных этапа разработки и реализации ПР-кампании. Исследование проблемы и формулировка основных целей и задач. Правила и принципы разработки стратегии и тактики ПР-кампании. Главная тема и главный лозунг ПР-кампании. Целевые аудитории и целевые СМИ. Принципы подбора СМИ.Информационное спонсорство. Базы данных, их источники и способы формирования. Бюджет ПР-кампании. Тактика разработки комплексных и взаимосвязанных мероприятий и акций. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации. Практическая реализация ПР-кампании. Оценка эффективности ПР-кампаний. Система внесения корректив и поправок. Система позитивных и негативных отчетов по итогам кампании.

Практическое занятие.

- Обсуждение и анализ видов ПР-кампаний
- Выбор стратегии ПР-кампании
- Подготовка проекта ПР-кампании

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 6. Организация специальных событий в сфере физической культуры и спорта (ПК-5)

Лекция.

Привлечение внимания общественности к деятельности организации. Цели и задачи специального события. Организация церемоний открытия, приемов, презентаций, конференций, дней открытых дверей, круглых столов, спортивных выставок. Освещение специальных событий в СМИ.

Практическое занятие.

Разработка программы специального мероприятия в сфере физической культуры и спорта

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 7. Этика и право в сфере связей с общественностью (ПК-5)

Лекция.

Этика и профессиональные стандарты в сфере связей с общественностью. Кодексы профессионального поведения в СО. Этика спорта и физической культуры. Закон о «Физической культуре и спорте». Олимпийская хартия. Кодекс спортивной этики «Справедливая игра –путь к победе».

Практическое занятие.

- Обсуждение и анализ основных понятий правового регулирования в сфере связей с общественностью
- Обсуждение и анализ этических норм в сфере физической культуры и спорта

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 10 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре	Собеседование	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.
2.	Современный специалист в области связей с общественностью	Собеседование	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.

3.	Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации	Собеседование	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.
		Реферат(контрольный срез)	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.
4.	Целевые аудитории в связях с общественностью	Опрос	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.

5.	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью	Собеседование	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.
6.	Организация специальных событий в сфере физической культуры и спорта	Собеседование	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.
		Реферат(контрольный срез)	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.

7.	Этика и право в сфере связей с общественностью	Собеседование	10	8-10 баллов – студент на основании проанализированной литературы выделяет важные для данной дисциплины проблемы, может их структурировать в блоки проблем, эффективно работает в группе, может грамотно предложить разные решения проблем и визуализировать их. 6-7 балла – студент на основании проанализированной литературы выделяет разные по значимости проблемы, может их структурировать в блоки проблем, умеет работать в группе, может предложить одно-два решения проблем и визуализировать их. 4-5 балла – студент может выделить несколько проблем на основании своего опыта, с нескольких попыток и при подсказке преподавателя структурировать их, затрудняется работать в группе, предлагать решения проблем и их визуализировать 1-3 балла – студент может выделить проблему на основании своего опыта, не может структурировать разные проблемы в блоки, затрудняется предложить решения проблем и их визуализацию.
8.	Посещаемость		10	10 баллов – студент посетил все 100% занятий 7-9 баллов – студент посетил не менее 80% занятий 4-6 баллов – студент посетил не менее 50% занятий 1-3 балла – студент посетил не менее 25% занятий Если студент посетил менее 25% занятий, баллы не начисляются
9.	Премиальные баллы		10	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов
10.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 4. Целевые аудитории в связях с общественностью

1. Проведение кампаний по связям с общественностью
2. Роль политических паблик рилейшнз в манипулировании массовым сознанием и поведением
3. Организация избирательной кампании
4. Связи с общественностью в коммерческом секторе
5. Связи с общественностью в государственном управлении
6. Связи с общественностью в некоммерческих организациях

Реферат

Тема 3. Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации

Темы для реферата

Тема 1. Символика Олимпийских игр Древней Греции и современных Олимпийских игр

Примерный план основной части работы:

1.Роль символики в связях с общественностью.

2.Символика, ритуалы Олимпийских Игр.

3.Традиции Олимпи

йских Игр.

Тема 2. Благотворительность в спорте в конце 19 века

Примерный план основной части работы:

1.Цели и задачи благотворительности.

2.История благотворительности.

3.Благотворители.

Тема 3. Спонсорство в спорте

Примерный план основной части работы:

1. Понятие спонсорства

2. Содержание спонсорских пакетов

3. Эффективность спонсорства

Тема 4. Этические основы связей с общественностью в спорте

Примерный план основной части работы:

1.Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.

2.Моральные основы в спорте.

3.Принципы «Фэйр плэй».

Тема 5.Управление имиджем спортивной организации

Примерный план основной части работы:

1. Понятие «имидж». Типология имиджа

2. Формирование имиджа. Корректировка имиджа

3. Особенности имиджа спортивной организации

Тема 6. Создание фирменного стиля спортивной организации

Примерный план основной части работы:

1. Понятие «фирменный стиль»

2. Элементы фирменного стиля

3. Закон о товарном знаке

Тема 7. Работа специалистов по связям с общественностью со спортивными СМИ

Примерный план основной части работы:

1.Функции специалистов по связям с общественностью.

2.Характеристика отраслевых спортивных СМИ.

3.Формирование баз данных СМИ.

Тема 6. Организация специальных событий в сфере физической культуры и спорта

Тема 1. Освещение спортивных событий на телевидении

Примерный план основной части работы:

1. Типология спортивных СМИ

2. Спортивные телеканалы

3. Целевая аудитория

Тема 2. Сайт спортивной организации как элемент имиджа

Примерный план основной части работы:

1.Имидж спортивной организации.

2.Мониторинг сайтов спортивных орга

низаций.

3.База данных по сайтам спортивных организаций.

Тема 3. Технологии связей с общественностью в зрелищных видах спорта
Примерный план основной части работы:
1. Зрелищные виды спорта
2. Целевые аудитории
3. Работа со спортивными звёздами
Тема 4. Деятельность специалистов по связям с общественностью с болельщиками
Примерный план основной части работы:
1. Специфика работы с общественностью в зрелищных видах спорта
2. Целевые группы
3. Спортивный фан-клуб: специфика, цели и задачи
Тема 5.Антикризисные связи с общественностью в спорте
Примерный план основной части работы:
1.Причины кризисных ситуаций в спортивных организациях.
2.Прогнозирование кризисных ситуаций.
3.Коммуникации во время кризисных ситуаций.
Тема 6 .Организация специальных событий в спорте
Примерный план основной части работы:
1.Цели и задачи специального события.
2.Приемы и средства организации специальных событий.
3.Информационные поводы.
Тема 7. Спортивные выставки как форма работы паблик рилейшнз
Примерный план основной части работы:
1.Цели и задачи проведения выставок.
2.Спортивные выставки в Тамбове.
3.Организация работы стендистов.
Тема 8. Подготовка и проведение пресс-конференций о спортивных событиях
Примерный план основной части работы:
1. Причины проведения
пресс-конференции
2. Принципы отношений со СМИ
3. Ответы на вопросы журналистов
Тема 9. Роль связей с общественностью в некоммерческих спортивных организациях
Примерный план основной части работы:
1.Деятельность некоммерческих организаций.
2.Доходы НКО.
3.Виды НКО в спорте.

Собеседование

Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре
1.Роль связей с общественностью (СО, паблик рилейшенз, ПР) в массовой физической культуре и спорте.
2.Основные профессиональные термины и понятия.
3.Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью в физической культуре и спорте.
4.Основные этапы развития связей с общественностью.
5.Общественные отношения в спорте как часть культуры или цивилиза
ции.
6.Развитие инфраструктуры СО в спорте.

7.Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта

8. Особенности профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта

Тема 2. Современный специалист в области связей с общественностью

Работа специалистов по связям с общественностью со спортивными СМИ

Примерный план основной части работы:

1.Функции специалистов по связям с общественностью.

2.Характеристика отраслевых спортивных СМИ.

3.Формирование баз данных СМИ

Тема 3. Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации

1. Формирование имиджа физкультурного вуза, спортивного клуба, команды, федерации, ассоциации; спортивной звезды.

2. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО.

3. Интерактивные электронные имиджевые документы в Интернете

4.Практическая реализация ПР-кампании

5. Освещение специальных событий в СМИ.

Тема 5. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

1. Подготовка и проведение ПР-кампании.

2. ПР-акции в сфере физической культуры, рекреации и спорта.

3. Пресс-конференция и брифинг: сходства и различия.

4. Пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный).

Тема 6. Организация специальных событий в сфере физической культуры и спорта

1. Сценарий ПР-мероприятия

Тема 7. Этика и право в сфере связей с общественностью

1. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью

2. Правовые акты в сфере средств массовой информации, рекламы.

3. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-5)

1. Благотворительность в спорте.

2.Интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное).

3.Крупнейшие международные агентства и сети ПР-агентств.

4. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.

5.Неэтичные технологии паблик рилейшнз в спорте.

6.Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью, его статус и круг решаемых задач.

7.Определение «общественности» в спорте.

8.Организация и проведение кампаний в сфере связей с обществе

нностью.
9.Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
10.Организация специальных мероприятий.
11.Основные спортивные средства массовой информации (СМИ). Принципы подбора СМИ.
12.Основные этапы становления и развития связей с общественностью в России.
13.Особенности развития и становления связей с общественностью в США.
14.Подготовка и проведение ПР-кампании.
15.Понятие «обратная связь» в связях с общественностью.
16.Понятие имиджа. Управление имиджем спортивной организации.
17.Правовые акты в сфере средств массовой информации, рекламы.
18.ПР-акции в сфере физической культуры, рекреации и спорта.
19.Пресс-конференция и брифинг: сходства и различия.
20.Пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный).
21.Причины кризисных ситуаций в спортивных организациях.
22.Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью для работы в сфере спорта.
23.Развитие связей с общественностью в сфере спорта.
24.Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте.
25.Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
26.Связи с общественностью в спортивной индустрии: популярные марки спортивной одежды и обуви.
27.Спонсорство в спорте.
28.Сценарий ПР-мероприятия.
29.Соотношение понятий и функций: связь с общественностью и реклама, связь с общественностью и пропаганда, связь с общественностью и маркетинг, связь с общественностью и паблисити.
30.Терминологический аппарат связей с общественностью: определение понятий «коммуникация», «организация», «общественность».
31.Участие спортсменов в предвыборных кампаниях.
32.Фирменный стиль спортивной организации. Основные элементы фирменного стиля.
33. Центральные СМИ, региональные СМИ, местные СМИ.
34. Четыре основных этапа цикличного процесса «паблик рилейшенз.
35.Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.

Типовые задания для зачета (ПК-5)

- Разработка пресс-релиза
- Составить вопросы для интервью с министром спорта
- Разработка PR плана
- Написание реферата

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)

«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-5	Интегрирует, отбирает и формулирует социальный заказ на производство конкретного спортивного продукта и принимает организационно-управленческие
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-5	Не может интегрировать, отбирать и формулировать социальный заказ на производство конкретного спортивного продукта и не принимает организационно-управленческие

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;

- сознательность ответа;

- логика изложения материала;

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;

- использование дополнительного материала;

- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Паутов, А. Д., Гаврикова, О. Ю. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : методические рекомендации для подготовки к семинарским занятиям. - Весь срок охраны авторского права; Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры . - Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2017. - 39 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/74275.html

2. Паутов, А. Д., Пушкарева, Л. Г. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие. - 2024-07-14; Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта. - Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. - 144 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/109709.html

3. Прохоров А. В., Пядышева Т. Г., Маликова Т. О. Связи с общественностью в различных сферах : учеб. пособие. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2015. - 217, [1] с.: ил., табл.

6.2 Дополнительная литература:

1. Аксенова, О. Н., Меликян, С. В., Швец, Е. В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «реклама и связи с общественностью». - 2025-03-01; Теория и практика массовой информации. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 104 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/72947.html

6.3 Методические разработки:

1. Бабанчикова, О. А. Реклама и связи с общественностью в туристском бизнесе : учебное пособие. - 2031-02-04; Реклама и связи с общественностью в туристском бизнесе. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. - 58 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/102467.html

6.4 Иные источники:

1. Электронная библиотека учебников - http://studentam.net/content/category/1/2/5/
2. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система - http://www.biblioclub.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: https://rusneb.ru
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: https://elibrary.ru

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.