

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных
проблем**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Б1.В.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ
СПОРТА»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

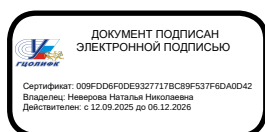
Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.



Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Мысенко Галина Владимировна - кандидат педагогических наук, доцент
кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных
проблем РГУФКСМиТ

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта» является: обучение студентов теоретическим основам рекламного дела и особенностями спортивной рекламы, ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области связей с общественностью, выработка у них практических навыков эффективного использования рекламных и PR технологий в сфере спорта. Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к разряду модуля профильных дисциплин вариативной части – Б1.В.01. Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта» читается:

- по очной форме обучения – на втором, третьем и четвертом курсе в третьем, четвертом, пятом, шестом и седьмом семестрах;
- по заочной форме обучения – на третьем, четвертом и пятом курсах в пятом, шестом, седьмом, восьмом и девятом семестрах.

Представляет цикл гуманитарных социально-экономических дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой студентов Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Освоение учебного материала программы способствует эффективному параллельному и последующему прохождению других дисциплин, таких как: «Теория и практика связей с общественностью», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов PR в сфере ФКиС», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных и общественных организациях», «Имиджевая реклама», «Создание рекламных текстов», «Консалтинг в связях с общественностью», «Проведение PR-кампаний», «Проектирование в рекламе и СО», «Социальные проекты СО в сфере спорта», «Репутационный PR в сфере спорта», а также практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	3-7		5-9
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	3-7		5-9
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	3-7		5-9
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	3-7		5-9
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	3-7		5-9
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	3-7		5-9
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	3-7		5-9
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	3-7		5-9
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	3-7		5-9
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	3-7		5-9
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	3-7		5-9

	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	3-7		5-9
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	3-7		5-9
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	3-7		5-9
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	3-7		5-9
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	3-7		5-9
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	3-7		5-9
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	3-7		5-9
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	3-7		5-9
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	3-7		5-9
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	3-7		5-9
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	3-7		5-9
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	3-7		5-9
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	3-7		5-9
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	3-7		5-9
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	3-7		5-9

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 9 зачетных единиц, 324 академических часа.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
2 курс							
1	Тема 1. Спорт как продукт.	3	2	-	-		
2	Тема 2. Рынки спортивной индустрии.	3	4	2	10		
3	Тема 3. Инструменты продвижения в сфере спорта.	3	-	4	14		
Итого: 36			6	6	24		зачет
3	Тема 4. Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта. Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы.	4	4	4	8		
5	Тема 5. Особенности спортивного PR.	4	4	4	8		
6	Тема 6. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации.	4	2	14	15		
Итого: 72			10	22	31	9	экзамен
3 курс							
7	Тема 7. Отношения спортивного движения с идеологией и политикой.	5	4	2	8	-	
8	Тема 8. Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения.	5	2	4	16	-	
Итого: 36			6	6	24		зачет
9	Тема 9. Взаимосвязь спорта и средств массовой информации.	6	2	-	-		
10	Тема 10. Базовые документы при работе со СМИ.	6	2	4	4		
10	Тема 11. Организация и проведение PR-мероприятий.	6	2	6	5		
11	Тема 12. Организация работы с болельщиками	6	2	4	10		

12	Тема 13. Особенности продвижения спортивного мероприятия	6	2	8	11		
Итого: 72			10	22	31	9	экзамен
4 курс							
13	Тема 14. Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами.	7	4	4	8		
14	Тема 15. Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена.	7	4	4	8		
15	Тема 16. Особенности продвижения вида спорта.	7	2	8	16		
16	Тема 17. Практические аспекты применения рекламных и PR-инструментов в сфере спорта.	7	10	10	21		
Итого: 108			20	26	53	9	экзамен
Итого: 324			52	82	163	27	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Спорт как продукт.	5	2	-	-		
2	Тема 2. Рынки спортивной индустрии.	5	2	2	10		
3	Тема 3. Инструменты продвижения в сфере спорта..	5	-	4	16		
Итого: 36			4	6	26		зачет
3	Тема 4. Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта. Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы.	6	1,5	1	6		
4	Тема 5. Особенности спортивного PR.	6	1,5	1	6		
5	Тема 6. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации.	6	1	4	5		
Итого: 36			4	6	17	9	экзамен

7	Тема 7. Отношения спортивного движения с идеологией и политикой.	7	1	2	8	-	
8	Тема 8. Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения.	7	1	4	14	-	
9	Тема 9. Взаимосвязь спорта и средств массовой информации.	7	1	2			
10	Тема 10. Базовые документы при работе со СМИ.	7	1	2			
Итого: 36			4	10	22		зачет
11	Тема 11. Организация и проведение PR-мероприятий.	8	1	2	14		
12	Тема 12. Организация работы с болельщиками	8	1	2	14		
13	Тема 13. Особенности продвижения спортивного мероприятия	8	2	6	21		
Итого: 72			4	10	49	9	экзамен
5 курс							
14	Тема 14. Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами.	9	1	2	20		
15	Тема 15. Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена.	9	1	2	30		
16	Тема 16. Особенности продвижения вида спорта.	9	1	4	41		
17	Тема 17. Практические аспекты применения рекламных и PR-инструментов в сфере спорта.	9	1	2	30		
Итого: 144			4	10	121	9	экзамен
Итого: 324			20	42	235	27	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Очная форма

2 курс 3 семестр

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие спорта как продукта.
2. Спортивный рынок и его участники.
3. Особенности спортивного продукта как товара.
4. Особенности спортивного продукта как услуги.
5. Потребители спортивных продуктов.
6. Поставщики спортивных товаров и услуг.
7. Инструменты продвижения спортивных продуктов.
8. Каналы воздействия рекламы в спорте.
9. Спортивная индустрия и индустрия спорта.
10. Характеристика рынка спортивных событий.
11. Характеристика рынка спортивных товаров.
12. Характеристика рынка спортивных услуг.
13. Характеристика рынка спортивных сооружений;
14. Характеристика рынка инфраструктуры.
15. Характеристика рынка спортивного спонсорства.
16. Характеристика рынка спортивных кадров.
17. Квази-рынки спортивной индустрии.
18. Маркетинг в сфере государственного управления спорта.

2 курс 4 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Виды маркетинга в спортивной индустрии.

2. Выгоды для клубов и спонсоров от грамотного маркетинга сферы спорта.
3. Виды рекламы в спорте.
4. Носители рекламы в спорте.
5. Поддержка продажи в сфере спорта.
6. Реклама на спортивных площадках.
7. Основные средства распространения спортивной рекламы.
8. Применение права организаторов спортивных мероприятий на использование наименования такого мероприятия и его символики.
9. Особенности рекламы во время трансляции физкультурных и спортивных мероприятий, предусмотренные Федеральным законом "О рекламе".
10. Специфика правил рекламы интеллектуально-коммерческих игр.
11. «Футбольный закон» и его особенности.
12. Общие ограничения, накладываемые на спортивную рекламу уставами и регламентами ряда международных спортивных федераций.
13. История развития связей с общественностью в физической культуре и спорте
14. Роль и значение PR в деятельности спортивных организаций
15. Методы и инструменты работы с общественностью в области физической культуры и спорта
16. Особенности PR-кампаний в спортивной индустрии.
17. Спортивный PR и управление отношениями с заинтересованными лицами.
18. Функции службы PR в спортивном клубе.
19. Работа с болельщиками и внешними организациями
20. Спортсмен как лицо бренда
21. PR-кампании по пропаганде олимпийского движения.
22. Особенности продвижения спортивной организации.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению спортивной организации.

3 курс 5 семестр

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Краеугольные позиции в отношениях между спортом и политикой.
2. Формирование общественного мнения по спортивной тематике.
3. Изменение ценностей спорта под воздействием коммерциализации и профессионализации.
4. Подходы к оценке проблемы коммерциализации олимпийского спорта.
5. Негативные последствия коммерциализации и профессионализации для спорта.
6. Профессионально-коммерческий спорт как своеобразная отрасль шоу-бизнеса.
7. Общекультурные функции профессионального спорта.
8. Отличительные особенности профессионального спорта.
9. Этические проблемы спорта.
10. PR-технологии формирования общественного мнения по проблеме Fair-Play («справедливая игра»).
11. Допинговые проблемы современного спорта.
12. Проблема справедливости судейства и соблюдение принципов Олимпийской хартии.
13. Участие в «договорных матчах» как угроза репутации спортсменов и спортивных клубов.
14. Роль PR в распространении «идеалов олимпизма».
15. PR-технологии в преодолении гендерной, расовой и других видов дискриминации в спорте и спортивном менеджменте.

3 курс 6 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Роль СМИ в развитии современного спортивного движения.
2. Развитие отношений спорта со СМИ.

3. Функционал пресс-атташе спортивной организации.
4. Проблемы и противоречия в освещении СМИ спортивных событий и видов спорта.
5. Кодекс чести спортивного журналиста.
6. Общая характеристика базовых документов PR при работе со СМИ.
7. Основные моменты подготовки PR-материалов.
8. Пресс-релиз как основной PR-документ во взаимодействии со СМИ.
9. Информационное письмо (backgrounder): характеристика, требования к составу и содержанию.
10. Фактическая справка (fact sheet) и биография: цели применения.
11. Предназначение, характер и формы заявления для прессы.
12. Задачи пресс-кита.
13. Стил ь занимательной статьи.
14. Использование случая из жизни (case story) как примера проблемной ситуации.
15. Авторская статья (by-liner) как форма высказывания персонального мнения к важной общественной проблеме.
16. Технологии организации пресс-конференции.
17. Презентация как инструмент PR.
18. Брифинг как инструмент PR.
19. Пресс-тур как инструмент PR.
20. Церемония открытия как инструмент PR.
21. Прием как инструмент PR.
22. Конференция как инструмент PR.
23. День открытых дверей как инструмент PR.
24. Круглый стол и дискуссия как инструмент PR.
25. Выставки, ярмарки как инструмент PR.
26. Болельщики как целевая аудитория спортивной организации
27. Формы организации работы с болельщиками.
28. Критерии оценки эффективности работы с болельщиками

29. Особенности работы PR-менеджеров с болельщиками.
30. Особенности продвижения спортивного мероприятия.
31. Специфика целей продвижения спортивного мероприятия.
32. Характеристика целевых аудиторий при продвижении спортивного мероприятия.
33. Рекламные и PR-инструменты в продвижении спортивного мероприятия.
34. Методы расчета бюджета на продвижение спортивного мероприятия.
35. Методы и критерии оценки эффективности продвижения спортивного мероприятия.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению спортивного мероприятия.

4 курс 7 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Сущность понятия «спонсорство».
2. Задачи организаций-спонсоров.
3. Эффективность спортивного спонсорства.
4. Субъекты, объекты и посредники спонсорства.
5. Уровни спонсорства.
6. Общие вопросы организации спонсорской деятельности.
7. Выгоды спорта от спонсорства.
8. Особенности взаимодействия между спонсором и спортивной организацией.
9. Способы привлечения спонсоров к сотрудничеству.
10. Рекомендации спортивным организациям при работе со спонсорами.
11. Работа со спонсором до соревнований.
12. Работа со спонсором после соревнований.
13. Процедура купли-продажи прав трансляции спортивных соревнований

14. Фандрайзинг как инструмент PR.
15. Основные принципы фандрайзинговой деятельности.
16. Основные формы фандрайзинга.
17. Мотивы выделения спонсорских средств.
18. Целевые мероприятия по привлечению финансов.
19. Сущность понятия «кризис».
20. Типология кризисных ситуаций.
21. Предпосылки возникновения кризиса.
22. Признаки кризисной ситуации.
23. Типичные ошибки в кризисных ситуациях.
24. Влияние кризиса на имидж и репутацию организации.
25. Роль Интернета в кризисной коммуникации.
26. Антикризисное управление.
27. PR-технологии в кризисных ситуациях.
28. Основные этапы стратегии поведения в кризисной коммуникации.
29. Виды негативных комментариев и алгоритмы действий в зависимости от вида.
30. Задачи докризисного этапа антикризисного PR.
31. Типичные стадии реакции компании на устранение кризиса
32. Антикризисная программа как стратегический план действий.
33. Основные шаги плана антикризисного управления.
34. Антикризисный PR спортсмена.
35. Вид спорта как спортивный продукт.
36. Особенности продвижения вида спорта.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению вида спорта.

Заочная форма

3 курс 5 семестр

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие спорта как продукта.
2. Спортивный рынок и его участники.
3. Особенности спортивного продукта как товара.
4. Особенности спортивного продукта как услуги.
5. Потребители спортивных продуктов.
6. Поставщики спортивных товаров и услуг.
7. Инструменты продвижения спортивных продуктов.
8. Каналы воздействия рекламы в спорте.
9. Спортивная индустрия и индустрия спорта.
10. Характеристика рынка спортивных событий.
11. Характеристика рынка спортивных товаров.
12. Характеристика рынка спортивных услуг.
13. Характеристика рынка спортивных сооружений;
14. Характеристика рынка инфраструктуры.
15. Характеристика рынка спортивного спонсорства.
16. Характеристика рынка спортивных кадров.
17. Квази-рынки спортивной индустрии.
18. Маркетинг в сфере государственного управления спорта.

3 курс 6 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Виды маркетинга в спортивной индустрии.
2. Выгоды для клубов и спонсоров от грамотного маркетинга сферы спорта.
3. Виды рекламы в спорте.
4. Носители рекламы в спорте.
5. Поддержка продаж в сфере спорта.
6. Реклама на спортивных площадках.

7. Основные средства распространения спортивной рекламы.
8. Применение права организаторов спортивных мероприятий на использование наименования такого мероприятия и его символики.
9. Особенности рекламы во время трансляции физкультурных и спортивных мероприятий, предусмотренные Федеральным законом "О рекламе".
10. Специфика правил рекламы интеллектуально-коммерческих игр.
11. «Футбольный закон» и его особенности.
12. Общие ограничения, накладываемые на спортивную рекламу уставами и регламентами ряда международных спортивных федераций.
13. История развития связей с общественностью в физической культуре и спорте
14. Роль и значение PR в деятельности спортивных организаций
15. Методы и инструменты работы с общественностью в области физической культуры и спорта
16. Особенности PR-кампаний в спортивной индустрии.
17. Спортивный PR и управление отношениями с заинтересованными лицами.
18. Функции службы PR в спортивном клубе.
19. Работа с болельщиками и внешними организациями
20. Спортсмен как лицо бренда
21. PR-кампании по пропаганде олимпийского движения.
22. Особенности продвижения спортивной организации.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению спортивной организации.

4 курс 7 семестр

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Краеугольные позиции в отношениях между спортом и политикой.
2. Формирование общественного мнения по спортивной тематике.
3. Изменение ценностей спорта под воздействием коммерциализации и профессионализации.

4. Подходы к оценке проблемы коммерциализации олимпийского спорта.
5. Негативные последствия коммерциализации и профессионализации для спорта.
6. Профессионально-коммерческий спорт как своеобразная отрасль шоу-бизнеса.
7. Общекультурные функции профессионального спорта.
8. Отличительные особенности профессионального спорта.
9. Этические проблемы спорта.
10. PR-технологии формирования общественного мнения по проблеме Fair-Play («справедливая игра»).
11. Допинговые проблемы современного спорта.
12. Проблема справедливости судейства и соблюдение принципов Олимпийской хартии.
13. Участие в «договорных матчах» как угроза репутации спортсменов и спортивных клубов.
14. Роль PR в распространении «идеалов олимпизма».
15. PR-технологии в преодолении гендерной, расовой и других видов дискриминации в спорте и спортивном менеджменте.
16. Роль СМИ в развитии современного спортивного движения.
17. Развитие отношений спорта со СМИ.
18. Функционал пресс-атташе спортивной организации.
19. Проблемы и противоречия в освещении СМИ спортивных событий и видов спорта.
20. Кодекс чести спортивного журналиста.
21. Общая характеристика базовых документов PR при работе со СМИ.
22. Основные моменты подготовки PR-материалов.
23. Пресс-релиз как основной PR-документ во взаимодействии со СМИ.
24. Информационное письмо (backgrounder): характеристика, требования к составу и содержанию.
25. Фактическая справка (fact sheet) и биография: цели применения.

26. Предназначение, характер и формы заявления для прессы.
27. Задачи пресс-кита.
28. Стил ь занимательной статьи.
29. Использование случая из жизни (case story) как примера проблемной ситуации.
30. Авторская статья (by-liner) как форма высказывания персонального мнения к важной общественной проблеме.

4 курс 8 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Технологии организации пресс-конференции.
2. Презентация как инструмент PR.
3. Брифинг как инструмент PR.
4. Пресс-тур как инструмент PR.
5. Церемония открытия как инструмент PR.
6. Прием как инструмент PR.
7. Конференция как инструмент PR.
8. День открытых дверей как инструмент PR.
9. Круглый стол и дискуссия как инструмент PR.
10. Выставки, ярмарки как инструмент PR.
11. Болельщики как целевая аудитория спортивной организации
12. Формы организации работы с болельщиками.
13. Критерии оценки эффективности работы с болельщиками
14. Особенности работы PR-менеджеров с болельщиками.
15. Особенности продвижения спортивного мероприятия.
16. Специфика целей продвижения спортивного мероприятия.
17. Характеристика целевых аудиторий при продвижении спортивного мероприятия.

18. Рекламные и PR-инструменты в продвижении спортивного мероприятия.
19. Методы расчета бюджета на продвижение спортивного мероприятия.
20. Методы и критерии оценки эффективности продвижения спортивного мероприятия.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению спортивного мероприятия.

5 курс 9 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Сущность понятия «спонсорство».
2. Задачи организаций-спонсоров.
3. Эффективность спортивного спонсорства.
4. Субъекты, объекты и посредники спонсорства.
5. Уровни спонсорства.
6. Общие вопросы организации спонсорской деятельности.
7. Выгоды спорта от спонсорства.
8. Особенности взаимодействия между спонсором и спортивной организацией.
9. Способы привлечения спонсоров к сотрудничеству.
10. Рекомендации спортивным организациям при работе со спонсорами.
11. Работа со спонсором до соревнований.
12. Работа со спонсором после соревнований.
13. Процедура купли-продажи прав трансляции спортивных соревнований
14. Фандрайзинг как инструмент PR.
15. Основные принципы фандрайзинговой деятельности.
16. Основные формы фандрайзинга.
17. Мотивы выделения спонсорских средств.
18. Целевые мероприятия по привлечению финансов.

19. Сущность понятия «кризис».
20. Типология кризисных ситуаций.
21. Предпосылки возникновения кризиса.
22. Признаки кризисной ситуации.
23. Типичные ошибки в кризисных ситуациях.
24. Влияние кризиса на имидж и репутацию организации.
25. Роль Интернета в кризисной коммуникации.
26. Антикризисное управление.
27. PR-технологии в кризисных ситуациях.
28. Основные этапы стратегии поведения в кризисной коммуникации.
29. Виды негативных комментариев и алгоритмы действий в зависимости от вида.
30. Задачи докризисного этапа антикризисного PR.
31. Типичные стадии реакции компании на устранение кризиса
32. Антикризисная программа как стратегический план действий.
33. Основные шаги плана антикризисного управления.
34. Антикризисный PR спортсмена.
35. Вид спорта как спортивный продукт.
36. Особенности продвижения вида спорта.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению вида спорта.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы : учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,

профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева. — Москва : РГУФКСМиТ, 2023. — 283 с. - <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

2. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. — 144 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

3. Филоненко, Н.В. Маркетинг физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг : учебник / Н.А. Ушакова; Рос. гос. ун-т физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК); Н.В. Филоненко. — Москва : Колос-с, 2018. — 126 с. — (Учебники и учебные пособия для студентов высших учебных заведений). - <https://lib.rucont.ru/liti/tool?goto=682404>

4. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031>.

5. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>.

б) Дополнительная литература:

1. Богданов, В.В. Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз: учебное пособие / В.В. Богданов, И.М. Комарова. - Новосибирск: НГТУ, 2011. - 59 с. - ISBN 978-5-7782-1675-4 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824> (18.01.2018).

2. Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций / А.Д.

Бутакова. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 101 с. - ISBN 978-5-504-00854-7
[Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857>

3. Горчакова, В.Г. Имиджелогия: теория и практика: учебное пособие / В.Г. Горчакова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 335 с.: ил., табл., схемы - Библиогр.: с. 294-310. - ISBN 978-5-238-02095-2 [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022>.

4. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 89 с. - ISBN 978-5-905815-49-2 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97274>

5. Девлетов, О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов / О.У. Девлетов. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 348 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6473-5; [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705>.

6. Демешин, Л.В. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности / Л.В. Демешин. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 145 с. - ISBN 978-5-504-00515-7 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141479>

7. Джафаров, К.А. Исследования в рекламе: учебное пособие / К.А. Джафаров. - Новосибирск: НГТУ, 2010. - 92 с. - ISBN 978-5-7782-1462-0 [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957>.

8. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>.

9. Исаенко, Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности: учебное пособие / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. - 2-е изд., перераб.

и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2012. - 352 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118545>.

10. Казакова, М. Реклама / М. Казакова. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 78 с. - ISBN 978-5-905845-04-8 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96915>

11. Куликов, М.Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки / М.Д. Куликов. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 106 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87036>

12. Кунгурцев, К.И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России / К.И. Кунгурцев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 109 с. - ISBN 978-5-504-00190-6 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141919>

13. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием / А.В. Лаптев. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00566-9 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346>

14. Маркетинг спорта=The Marketing of Sport / ред. Д. Бич, С. Чедвик, Ю. Быстрова ; пер. В. Башкирова и др. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 706 с.: схем., табл. - ISBN 978-5-9614-1095-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428025>

15. Матвеев, А.Е. Роль PR-акций в формировании имиджа / А.Е. Матвеев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 127 с. - ISBN 978-5-504-00088-6 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361>

16. Мельников, А. ATL и BTL технологии / А. Мельников. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 48 с. - ISBN 978-5-905865-98-5 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97286>

17. Мирошниченко, А.А. Как написать пресс-релиз / А.А. Мирошниченко. - Москва: Книжный мир, 2010. - 128 с. - ISBN 978-5-8041-0428-4 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89822>

18. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания / Т.В. Никитин. - Москва Лаборатория книги, 2010. - 80 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257>

19. Николаев, А.С. Прогнозирование затрат на рекламу / А.С. Николаев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88505>

20. Никулина, С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие / С.А. Никулина. - Москва: Директ-Медиа, 2014. - 170 с. - ISBN 978-5-4458-8658-7 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650>.

21. Постовская, Я.А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы / Я.А. Постовская. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 165 с. - ISBN 978-5-905815-47-8 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295>.

22. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651>.

23. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - Москва : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470>.

24. Рыбаков, Ю.П. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии / Ю.П. Рыбаков. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 161 с. - ISBN 978-5-504-00762-5 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141873>

25. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями: учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России; под ред. Л.С.

Сальникова. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 445 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9406-0 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378> .

26. Старикова, Ю.А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз): Конспект лекций: учебное пособие / Ю.А. Старикова. - Москва: А-Приор, 2010. - 95 с. - ISBN 978-5-384-00373-1 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56308>.

27. Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы: учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - ISBN 978-5-7996-0565-0 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874>.

28. Талецкий, П.П. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг / П.П. Талецкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 90 с. - ISBN 978-5-504-00296-5 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140844>

29. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>.

30. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л.Е. Трушина. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 246 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01087-3 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360> .

31. Учёнова, В.В. История рекламы: учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 495 с.: ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298> (18.01.2018).

32. Уштанит, Т. Экономическая и психологическая эффективности рекламной деятельности фирмы / Т. Уштанит. - Москва: Лаборатория книги,

2010. - 173 с. - ISBN 978-5-905835-09-4 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96887>

33. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 264 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-9044-4 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726>.

34. Цветков, Д.А. Повышение эффективности рекламной деятельности / Д.А. Цветков. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88286>

35. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей / А.Н. Чумиков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6019-5 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635>

36. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930> .

37. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044>.

38. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 272 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02075-9 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896>.

39. Шацкий, П.С. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг В2В / П.С. Шацкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 134 с. - ISBN 978-5-504-00032-9 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141474>

40. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 128 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651>.

41. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством: учебное пособие / под ред. Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. - Москва: Российская политическая энциклопедия, 2012. - 408 с. - (Политология России). - ISBN 978-5-8243-1533-2 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135141>.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Весь рекламный рынок России. – <https://www.alladvertising.ru>
2. Sostav – новости рекламы и маркетинга. - <https://www.sostav.ru/>
3. Cossa - интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. - <https://www.cossa.ru>
4. Спортивный портал. - <http://www.sport.ru/>
5. Чемпионат.com (новости спорта). - <http://www.championat.com/>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

- 1) Операционная система – Microsoft Windows 10;
- 2) Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;

3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;

4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- *современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1) Электронная библиотечная система «Рукопонт» (lib.rucont.ru).

2) Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1) Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru).

2) Public Relations в Российском контексте – информационная система (<https://www.pr-info.ru>)

3) Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система (<https://www.raso.ru>)

4) Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система (<https://www.infosport.ru>)

5) Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (<https://www.sportrf.gov.ru>)

6) Библиотека «Куб» (www.koob.ru).

7) Федеральный портал Российское образование – информационная система (<https://www.edu.ru>)

8) Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система. - <https://iq.hse.ru/>

9) Журнал «PR в России». - www.rupr.ru

10) Журнал «Рекламные идеи». - <http://www.advi.ru/archive/>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1) Информационный портал «Информио» – профессиональная база

данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru).

2) Холдинг «СБК. Спорт Бизнес Консалтинг» – профессиональная база данных (s-bc.ru)

3) Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных (minsport.gov.ru)

4) "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>

5) <http://www.grebennikoff.ru/product/8/>

6) Ассоциация креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>

7) Сайты СМИ о спорте (Общероссийский телевизионный канал «Спорт» <http://news.sportbox.ru/sport> , телеканал МАЧ ТВ <https://matchtv.ru>).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта» для обучающихся Гуманитарного института 2, 3, 4 курса (по очной форме) и 3, 4, 5 курса (по заочной форме) направления подготовки / специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3-7 семестры – очная форма обучения

5-9 семестры – заочная форма обучения

Формы промежуточной аттестации: зачет, экзамен

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
2 курс			
3 семестр			
1	Выполнение практического задания №1 «Рынки спортивной индустрии»	6 неделя	20
2	Выполнение практического задания №2 «Рекламные и PR-инструменты в сфере спорта»	10 неделя	20
3	Выполнение практического задания №3 «Новогодние символы в рекламных продуктах для продвижения товаров в коллаборации»	17 неделя	20
4	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
5	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 3 семестру		80 баллов
	зачет		20 баллов
	ИТОГО		100 баллов
4 семестр			
6	Выполнение практического задания № 1(4) «Носители рекламы на спортивных площадках»	26 неделя	5

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

7	Выполнение практического задания №2(5) «Кейс-задание «Мир»: как продвигать финансовые продукты с помощью спорта»	27 неделя	5
8	Выполнение практического задания №3(6) «Анализ PR-деятельности спортивных организаций»	28 неделя	5
9	Выполнение практического задания №4(7) «Анализ рыночной ситуации и изучение целевых аудиторий спортивной организации»	38 неделя	10
10	Выполнение практического задания №5(8) «Разработка стратегии продвижения спортивной организации»	39 неделя	10
11	Выполнение практического задания №6(9) «Разработка рекламных и PR продуктов для продвижения спортивной организации»	40 неделя	5
12	Выполнение практического задания №7(10) «Формирование рекламного бюджета на продвижение спортивной организации и оценка эффективности кампании по продвижению»	41 неделя	10
13	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
14	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 4 семестру		70 баллов
	Экзамен		30 баллов
	ИТОГО		100 баллов
3 курс			
5 семестр			
15	Выполнение практического задания №1 «Эссе на тему «Спорт и политика»	8 неделя	30
16	Выполнение практического задания №2 «PR-технологии решения этических проблем в сфере спорта»	17 неделя	30
17	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
18	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 5 семестру		80 баллов
	зачет		20 баллов
	ИТОГО		100 баллов
6 семестр			
19	Выполнение практического задания №1(3) «Базовые документы PR для работы со СМИ»	26 неделя	5
20	Выполнение практического задания №2(4) «Деловая игра «Организация пресс-конференции»»	28 неделя	5
21	Выполнение практического задания №3(5) «PR-инструменты в работе с болельщиками»	32 неделя	5
22	Выполнение практического задания №4(6) «Анализ рыночной ситуации и изучение целевых аудиторий для продвижения спортивного мероприятия»	34 неделя	10

23	Выполнение практического задания №5(7) «Разработка стратегии продвижения спортивного мероприятия»	37 неделя	10
24	Выполнение практического задания №6(8) «Разработка рекламных и PR продуктов для продвижения спортивного мероприятия»	40 неделя	5
25	Выполнение практического задания №7(9) «Расчет бюджета на продвижение спортивного мероприятия и оценка эффективности кампании по продвижению»	40 неделя	10
26	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
27	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 6 семестру		70 баллов
	Экзамен		30 баллов
	ИТОГО		100 баллов
4 курс			
7 семестр			
28	Выполнение практического задания №1 «Разработка плана кампании по привлечению спонсоров»	2 неделя	5
29	Выполнение практического задания №2 «Антикризисный PR в спортивном клубе»	2 неделя	5
30	Выполнение практического задания №3 «Кейс-задание 1»	3 неделя	3
31	Выполнение практического задания №4 «Кейс-задание 2»	3 неделя	3
32	Выполнение практического задания №5 «Кейс-задание 3»	4 неделя	3
33	Выполнение практического задания №6 «Кейс-задание 4»	4 неделя	3
34	Выполнение практического задания №7 «Кейс-задание 5»	5 неделя	3
35	Выполнение практического задания №8 «Кейс-задание 6»	5 неделя	3
36	Выполнение практического задания №9 «Кейс-задание 7»	6 неделя	3
37	Выполнение практического задания №10 «Кейс-задание 8»	6 неделя	3
38	Выполнение практического задания №11 «Кейс-задание 9»	7 неделя	3
39	Выполнение практического задания №12 «Кейс-задание 10»	7 неделя	3
40	Выполнение практического задания №13 «Анализ ситуации (исследование) для продвижения вида спорта»	16 неделя	5
41	Выполнение практического задания №14 «Разработка стратегии продвижения вида спорта»	16 неделя	5
42	Выполнение практического задания №15 «Расчет бюджета на продвижение вида спорта и оценка эффективности кампании по продвижению»	17 неделя	5
43	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	5
44	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 7 семестру		70 баллов
	Экзамен		30 баллов
	ИТОГО		100 баллов

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ²	Максимальное кол-во баллов
3 курс			
5 семестр			
1	Выполнение практического задания №1 «Рынки спортивной индустрии»		30
2	Выполнение практического задания №2 «Рекламные и PR-инструменты в сфере спорта»		30
3	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
4	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 5 семестру		80 баллов
	зачет		20 баллов
	ИТОГО		100 баллов
6 семестр			
5	Выполнение практического задания № 1(3) «Носители рекламы на спортивных площадках»		15
6	Выполнение практического задания №2(4) «Анализ PR-деятельности спортивных организаций»		15
7	Выполнение практического задания №3(5) «Разработка стратегии продвижения спортивной организации»		20
8	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
9	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 6 семестру		70 баллов
	Экзамен		30 баллов
	ИТОГО		100 баллов
4 курс			
7 семестр			
10	Выполнение практического задания №1 «Эссе на тему «Спорт и политика»		15
11	Выполнение практического задания №2 «PR-технологии решения этических проблем в сфере спорта»		25
12	Выполнение практического задания №3 «Базовые документы PR»		20
13	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
14	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 7 семестру		80 баллов

² Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	зачет		20 баллов
	ИТОГО		100 баллов
8 семестр			
15	Выполнение практического задания №1(4) «Организация PR-мероприятий в сфере спорта»		10
16	Выполнение практического задания №2(5) «PR-инструменты в работе с болельщиками»		15
17	Выполнение практического задания №3(6) «Разработка стратегии продвижения спортивного мероприятия»		25
18	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
19	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 8 семестру		70 баллов
	Экзамен		30 баллов
	ИТОГО		100 баллов
5 курс			
9 семестр			
20	Выполнение практического задания №1 «Разработка плана кампании по привлечению спонсоров»		15
21	Выполнение практического задания №2 «Антикризисный PR в спортивном клубе»		15
22	Выполнение практического задания №3 «Разработка стратегии продвижения вида спорта»		20
23	Выступление с сообщениями по результатам практических заданий и участие в обсуждении проектов на занятиях	В течение семестра	10
24	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 9 семестру		70 баллов
	Экзамен		30 баллов
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

Очная форма

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
2 курс		
3 семестр		
1	Презентация по теме «Спорт как продукт»	10
2	Презентация по теме «Рынки спортивной индустрии»	10
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
4 семестр		
1	Презентация по теме «Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта»	10
2	Презентация по теме «Особенности спортивного PR»	10

3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
3 курс		
5 семестр		
1	Презентация по теме «Отношения спортивного движения с идеологией и политикой»	10
2	Презентация по теме «Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения»	10
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
6 семестр		
1	Презентация по теме «Взаимосвязь спорта и средств массовой информации» или по теме «Базовые документы при работе со СМИ»	10
2	Презентация по теме «Организация PR-мероприятий» или по теме «Организация работы с болельщиками»	10
4	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
4 курс		
7 семестр		
1	Презентация по теме «Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами»	10
2	Презентация по теме «Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена»	10
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15

Заочная форма

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
3 курс		
5 семестр		
1	Презентация по теме «Спорт как продукт»	10
2	Презентация по теме «Рынки спортивной индустрии»	10
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
6 семестр		
1	Презентация по теме «Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта»	10
2	Презентация по теме «Особенности спортивного PR»	10
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
4 курс		
7 семестр		
1	Презентация по теме «Отношения спортивного движения с идеологией и политикой» или по теме «Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения»	10
2	Презентация по тем «Взаимосвязь спорта и средств массовой информации» или по теме «Базовые документы при работе со СМИ»	10
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
8 семестр		

1	Презентация по теме «Организация PR-мероприятий»	10
2	Презентация по теме «Организация работы с болельщиками»	10
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
5 курс		
9 семестр		
1	Презентация по теме «Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами»	10
2	Презентация по теме «Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена»	10
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Б1.В.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ
СПОРТА»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 9 зачетных единиц.

Семестры освоения дисциплины (модуля): 3-7 семестры – очная форма обучения; 5-9 семестры – заочная форма обучения

2. Цель освоения дисциплины (модуля): обучение студентов теоретическим основам рекламного дела и особенностями спортивной рекламы, ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области связей с общественностью, выработка у них практических навыков эффективного использования рекламных и PR технологий в сфере спорта.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	3-7		5-9
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	3-7		5-9
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	3-7		5-9
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	3-7		5-9
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	3-7		5-9
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	3-7		5-9
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	3-7		5-9
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	3-7		5-9

	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	3-7		5-9
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	3-7		5-9
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	3-7		5-9
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	3-7		5-9
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	3-7		5-9
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	3-7		5-9
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	3-7		5-9
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	3-7		5-9
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	3-7		5-9
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	3-7		5-9
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	3-7		5-9
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	3-7		5-9
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	3-7		5-9
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	3-7		5-9
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	3-7		5-9
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	3-7		5-9
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований,	3-7		5-9

	направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	3-7		5-9

4. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 9 зачетных единиц, 324 академических часа.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
2 курс							
1	Тема 1. Спорт как продукт.	3	2	-	-		
2	Тема 2. Рынки спортивной индустрии.	3	4	2	10		
3	Тема 3. Инструменты продвижения в сфере спорта.	3	-	4	14		
Итого: 36			6	6	24		зачет
3	Тема 4. Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта. Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы.	4	4	4	8		
5	Тема 5. Особенности спортивного PR.	4	4	4	8		
6	Тема 6. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации.	4	2	14	15		
Итого: 72			10	22	31	9	экзамен
3 курс							
7	Тема 7. Отношения спортивного движения с идеологией и политикой.	5	4	2	8	-	
8	Тема 8. Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи»,	5	2	4	16	-	

	«идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения.						
Итого: 36			6	6	24		зачет
9	Тема 9. Взаимосвязь спорта и средств массовой информации.	6	2	-	-		
10	Тема 10. Базовые документы при работе со СМИ.	6	2	4	4		
10	Тема 11. Организация и проведение PR-мероприятий.	6	2	6	5		
11	Тема 12. Организация работы с болельщиками	6	2	4	10		
12	Тема 13. Особенности продвижения спортивного мероприятия	6	2	8	11		
Итого: 72			10	22	31	9	экзамен
4 курс							
13	Тема 14. Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами.	7	4	4	8		
14	Тема 15. Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена.	7	4	4	8		
15	Тема 16. Особенности продвижения вида спорта.	7	2	8	16		
16	Тема 17. Практические аспекты применения рекламных и PR-инструментов в сфере спорта.	7	10	10	21		
Итого: 108			20	26	53	9	экзамен
Итого: 324			52	82	163	27	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Спорт как продукт.	5	2	-	-		
2	Тема 2. Рынки спортивной индустрии.	5	2	2	10		
3	Тема 3. Инструменты продвижения в сфере спорта..	5	-	4	16		
Итого: 36			4	6	26		зачет
3	Тема 4. Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в	6	1,5	1	6		

	сфере спорта. Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы.						
4	Тема 5. Особенности спортивного PR.	6	1,5	1	6		
5	Тема 6. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации.	6	1	4	5		
Итого: 36			4	6	17	9	экзамен
7	Тема 7. Отношения спортивного движения с идеологией и политикой.	7	1	2	8	-	
8	Тема 8. Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения.	7	1	4	14	-	
9	Тема 9. Взаимосвязь спорта и средств массовой информации.	7	1	2			
10	Тема 10. Базовые документы при работе со СМИ.	7	1	2			
Итого: 36			4	10	22		зачет
11	Тема 11. Организация и проведение PR-мероприятий.	8	1	2	14		
12	Тема 12. Организация работы с болельщиками	8	1	2	14		
13	Тема 13. Особенности продвижения спортивного мероприятия	8	2	6	21		
Итого: 72			4	10	49	9	экзамен
5 курс							
14	Тема 14. Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами.	9	1	2	20		
15	Тема 15. Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена.	9	1	2	30		
16	Тема 16. Особенности продвижения вида спорта.	9	1	4	41		
17	Тема 17. Практические аспекты применения рекламных и PR-инструментов в сфере спорта.	9	1	2	30		
Итого: 144			4	10	121	9	экзамен
Итого: 324			20	42	235	27	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.02 Социология спорта»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.
Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 3 от «_02_» ___ октября 2022__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 2 от «_15» ___ сентября_ 2023__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол №1 от «_3_» сентября___ 2024__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № от «__» ___ 20__ г.

Составители:

Исмаилов Асомиддин Исмаилович – кандидат педагогических наук, профессор кафедры Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии РГУФКСМиТ.

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Социология спорта» являются: способствовать овладению студентами знаниями социологии спорта и тенденции его развития, особенности деятельности субъектов и объектов спорта: их сущность и содержание спорта, а также механизмы, закономерности развития современного спорта в постиндустриальном обществе.

Дисциплина «Социология спорта» реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Программа дисциплины «Б1.В.02 Социология спорта» относится к вариативной части обязательных дисциплин В.02 и опирается на уже имеющиеся знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как «Философия», «Социология», а также является сопряженной для следующих дисциплин: «Теория физической культуры» и «Теория спорта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
		Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации. УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	3		3

	УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений. УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
ПК-5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	3		3

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетную единицу, 72 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте	3	2	4	8		
2	Спорт как социальный институт	3	2	4	8		
3	Личность и спорт	3	2	4	8		
4	Социологические проблемы современного спорта	3	2	4	8		

5	Методология и организация конкретного социологического исследования	3	2	6	8		
Итого часов:72			10	22	40		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте	3	0,25	0,5	13		
2	Спорт как социальный институт	3	0,5	1	13		
3	Личность и спорт	3	0,5	1	13		
4	Социологические проблемы современного спорта	3	0,5	1	13		
5	Методология и организация конкретного социологического исследования	3	0,25	0,5	14		
Итого часов: 72			2	4	66		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Примерный перечень вопросов к зачету

- 1.Объект, предмет и структура и методы социологии спорта.
- 2.История становления и развития социологии ФКиС: основные этапы и направления
- 3.Возникновение и развитие спорта
- 4.Спорт как социальный институт
- 5.Процесс институционализации спорта
- 6.Социальные функции современного спорта

7. Социальные институты и организации профессионального спорта
8. Социальная система физкультурно-спортивной деятельности и их профессиональных особенностей
- 9. Личность и ее становление в спорте**
10. Спорт и социализация личности спортсмена
11. Личность профессионального тренера
12. Социальный контроль и девиация в профессиональном спорте
13. Социальный конфликт в профессиональном спорте
14. Спортивная карьера и социальная адаптация профессиональных спортсменов
- 15. Социологические проблемы современного профессионального спорта**
16. Тенденции развития профессионального спорта
17. Современное Олимпийское движение и профессиональный спорт
18. Адаптивный профессиональный спорт
- 19. Профессионализм и анализ изучения трудовой деятельности субъектов спорта**
20. Социологический анализ профессиональной деятельности субъектов и объектов спорта
21. Экстремальное и субэкстремальное условие деятельности субъектов спорта
22. Социальные механизмы адаптации деятельности профессиональных субъектов спорта
- 23. Методология и организация конкретного социологического исследования**
24. Методология и методы социологического исследования
25. Технология программы конкретного социологического исследования
26. Профессионализация и коммерциализация спорта и Олимпийского движения.
27. Социальный портрет современного спортсмена-олимпийца.
28. Европейская спортивная политика.
29. Международная Хартия физического воспитания и спорта.
30. Декларация “Спорт, терпимость и чистая игра”.
31. Кодекс спортивной этики.
32. Конвенция против применения допинга в спорте.
33. Конвенция о предотвращении насилия и хулиганских поведений зрителя
34. Основные этапы организации конкретного социологического исследования.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература

1. Коршунова, Н. Е. Социология спорта : учебник: / Н. Е. Коршунова, О. В. Шатаева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 228 с.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=698772
2. Передельский, А. А. Физическая культура и спорт в отражении философских и социологических наук. Социология спорта : учебник для высших учебных заведений физической культуры: / А. А. Передельский. – Москва : Спорт, 2016. – 417 с. : ил.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=461353
3. Воробьев, А. В. Социология физической культуры и спорта : учебное пособие: / А. В. Воробьев, Т. В. Михеева ; Сибирская государственная академия физической культуры. – Омск : Сибирская государственная академия физической культуры, 2002. – 91 с.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274904>

б) Дополнительная литература

1. Здоровье, физическая культура и спорт в высшей школе: опыт, проблемы и перспективы: сборник материалов Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Института физической культуры, спорта и

- молодежной политики (Екатеринбург, 1–5 декабря 2017 года) / отв. ред. Н. Б. Серова. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2018. – 290 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696296>
2. Нестерович, Н. Н. Социально-культурная роль развития спорта как стиля жизни современной молодежи / Н. Н. Нестерович; Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина. – Москва : б.и., 2021. – 181 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617935>
3. *Федотова, Л. Н.* Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 611 с. <https://urait.ru/bcode/555600>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Институт социологии РАН – [Институт социологии ФНИСЦ РАН](#)
2. Институт социально-политических исследований – [ИСПИ ФНИСЦ РАН — Институт социально-политических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук](#)
3. Фонд «Общественное мнение» - <http://www.fom.ru>
4. Центр социологических исследований МГУ <https://moscow.catalogy.ru/firms/www.opinio.msu.ru.htm>
5. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (ЭСМ) – <http://www.ecsocman.edu.ru>
6. Социологические исследования <https://www.socis.isras.ru/>
7. Журнал социологии и социальной антропологии – https://www.fnisc.ru/index.php?page_id=3019
8. Справочник по социологии словарь от А до Я - <https://spravochnik.ru/sociologiya>
9. Социологическое обозрение - <http://www.isras.ru/socis.html>
10. Реестр профстандартов Минтруда РФ – информационная система <https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/>
11. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – информационная система <https://fgosvo.ru/>
12. Реестр примерных основных образовательных программ Министерства образования и науки Российской Федерации – информационная система <https://fgosreestr.ru/>
13. Центр социологических исследований Министерства образования и науки – <https://sociocenter.info>
14. Федеральный портал Российское образование – информационная система <http://www.edu.ru/>
15. Координационные советы по областям образования – информационная система <https://fgosvo.ru/ksumo/index>

16. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
17. Ассоциация коммуникационных агентств России – информационная система <https://www.akarussia.ru/>
18. Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://www.pr-info.ru/>
19. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система <https://raso.ru/>
20. Журнал «PR в России» – информационная система www.rupr.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

–программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\).](http://urait.ru)
- 2) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. [Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)
2. [Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система](http://economy.socpsy.mgmt.ru)
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения [ВЦИОМ. Новости: События \(wciom.ru\)](http://wciom.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. [Информационный портал «Информιο» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)
2. [Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных \(minsport.gov.ru\)](http://minsport.gov.ru)
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения. База данных [Данные опросов - ВЦИОМ-Навигатор \(wciom.ru\)](http://wciom.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Социология спорта» для обучающихся Гуманитарного института 2 курса, направления подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR» очной и заочной формы (м) обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3 семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Презентация по теме «Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте»	2-4	5
2	Презентация по теме «Социологические проблемы современного спорта»	5-7	5
3	Тестирование по теме: «Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте»	8	10
4	Презентация по теме «Личность и спорт»	9-11	5
5	Тестирование по теме «Личность и спорт»	12	10
6	Разработка программы СИ Разработка анкеты	13-18	20
	Написание реферата (тема согласуется с преподавателем)	4-17	10
7	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Экзамен		25
	ИТОГО		100 баллов

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
<i>1</i>	<i>Написание реферата по теме, согласованной с преподавателем</i>	<i>10</i>

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».
- Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплинам, завершающимся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.В.02 Социология спорта»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины(модуля): [3]

3. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Социология спорта» являются: способствовать овладению студентами знаниями социологии спорта и тенденции его развития, особенности деятельности субъектов и объектов спорта: их сущность и содержание спорта, а также механизмы, закономерности развития современного спорта в постиндустриальном обществе.

Дисциплина «Социология спорта» реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации. УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	3		3

	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений. УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
ПК-5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	3		3

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетную единицу, 72 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте	3	2	4	8		
2	Спорт как социальный институт	3	2	4	8		
3	Личность и спорт	3	2	4	8		
4	Социологические проблемы современного спорта	3	2	4	8		
5	Методология и организация конкретного социологического исследования	3	2	6	8		
Итого часов: 72			10	22	40		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте	3	0,25	0,5	13		
2	Спорт как социальный институт	3	0,5	1	13		
3	Личность и спорт	3	0,5	1	13		
4	Социологические проблемы современного спорта	3	0,5	1	13		
5	Методология и организация конкретного социологического исследования	3	0,25	0,5	14		
Итого часов: 72			2	4	66		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована

Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы,
связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» является получение студентами теоретических и практических знаний по организации и проведению PR-кампаний, овладение практическими навыками применения соответствующих технологий разработки, реализации и оценки эффективности кампаний с учетом специфики коммуникационной деятельности в сфере физической культуры и спорта.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Курс «Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» способствует формированию знаний и навыков, необходимых для работы специалиста в области маркетинговых коммуникаций, организации рекламных процессов и оценки эффективности рекламных кампаний.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR» определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании развития основ организации и проведения PR-кампаний и ее практического применения в профессиональной деятельности.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным, в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данного курса является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное) ¹

¹Заполняется при наличии ускоренного обучения.

1	2	3	4	5
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				
УК-3.1.	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	5	8	
УК-3.2.	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	5	8	
УК-3.3.	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	5	8	
ПК-2Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1.	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	5	8	
ПК-2.2.	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	5	8	
ПК-2.3.	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	5	8	
ПК-3Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5	8	
ПК-3.4	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью			
ПК-3.2.	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	5	8	
ПК-3.5	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
ПК-3.3.	Владеет инструментами медиапланирования.	5	8	
ПК-3.6	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной			

	культуры			
ПК-4Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью				
ПК-4.1.	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5	8	
ПК-4.2. ПК-4.3	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	5	8	
ПК-4.4.	Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	5	8	
ПК-5Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта				
ПК-5.1.	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5	8	
ПК-5.2.	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5	8	
ПК-5.3.	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5	8	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 **зачетных единицы**, 144 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятел ьная работа	Контроль	
1	PR-кампания: определение, сущностные характеристики, <u>типология</u>	5	2	2	6		
2	Структура PR-кампании	5	2	2	4		
3	Коммуникационный аудит.	5	2	2	10		
4	Ситуационный анализ.	5	2	2	10		
5	Стратегическое планирование.	5	2	4	10		
6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	5	2	4	15		
7	Формирование бюджета PR-кампании	5	2	2	10		
8	Оценка эффективности PR-кампании	5	2	8	10		
9	Технологии PR как эффективный инструментарии реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	5	2	4	10		
Итого часов: 144			18	32	85	9	Экзамен

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятел ьная работа	Контроль	
1	PR-кампания: определение, сущностные характеристики, <u>типология</u>	8	1		13		
2	Структура PR-кампании	8			10		
3	Коммуникационный аудит.	8	1		10		
4	Ситуационный анализ.	8		2	14		
5	Стратегическое планирование.	8			16		

6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	8	1	2	14		
7	Формирование бюджета PR-кампании	8		2	16		
8	Оценка эффективности PR-кампании	8	1		14		
9	Технологии PR как эффективный инструментарий реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	8		2	16		
Итого часов: 144			4	8	123	9	Экзамен

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Экзамен.

Вопросы к экзамену.

1. Место и роль PR-кампаний в PR-деятельности.
2. Понятие и общая характеристика PR-кампании.
3. Соотношение понятий: PR-кампания, PR-акция, PR-деятельность, PR-программа, план.
4. Классификация PR-кампаний.
5. Особенности проведения PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта
6. Основные этапы PR-кампании.
7. Алгоритм проведения кампании, интегрированные модули, ее организация.
8. Взаимосвязь маркетинга, PR и рекламы в организации и проведении PR-кампании.
9. Преимущества использования PR-агентств в организации и проведении PR-кампании.
10. Критерии выбора PR-агентства заказчиками.
11. Критерии выбора PR-агентства заказчиками.
12. Пакет тендерной документации.
13. PR-бриф как организационный документ PR-кампании.
14. Исследования и их предназначение в PR-кампании.
15. Направления, виды исследований.
16. Имиджевые характеристики мест проведения встреч с общественностью.
17. Технологические характеристики мест мероприятий.
18. Организация и оформление пространства.
19. Юридические вопросы, связанные с выбором мест мероприятий
20. Опосредованное информирование о мероприятии.
21. Личное информирование о мероприятии.

22. Смешанный вариант информирования.
23. Стадии (этапы) процессов информирования.
24. Сценарий (программа): подготовка, согласование.
25. Влияние будущего сценария на выбор места мероприятия.
26. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах.
27. Собственный персонал: определение требований к количеству и профессиональному уровню.
28. Привлеченный персонал: агентство, индивидуальные сотрудники.
29. VIP-участники: работа до и во время мероприятия.
30. Этапы работы с персоналом
31. Рассылка благодарственных писем как форма закрепления результатов.
32. Обработка и анализ результатов мероприятия
33. Совместная деятельность подразделений после мероприятий
34. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации
35. Презентации: виды, подготовка, предоставление информации
36. Семинары и конференции: работа выступающих и участников
37. Выставки и экспозиции: подготовка стендов и персонала
38. PR-акция, PR-кампания и PR-программа: определения, сравнительная характеристика.
39. PR-кампания и комплексная рекламная кампания: функциональное и целевое различие.
40. Типы PR-кампаний.
41. Гуманитарные технологии (Московская школа) и социально-коммуникативные (Петербургская школа) технологии в области связей с общественностью.
42. Приемы, методы и технологии PR.
43. Структура PR-кампании.
44. Количественные и качественные методы исследований в рамках PR-кампании.
45. Структура общественных оценок. Оценка репутации базисного субъекта PR.
46. Коммуникационный аудит как этап разработки PR-кампании.
47. Ситуационный анализ как этап разработки PR-кампании.
48. Стратегическое планирование как этап разработки PR-кампании.
49. АСП-подход к планированию PR-кампании.
50. Роль медиа-планирования в разработке PR-кампании.
51. Специальные мероприятия PR.
52. Организация события, как основы для PR-кампании.
53. Целевая аудитория PR-кампании: определение, сущностные характеристики, значение.
54. Ресурсы PR-кампании: определение, сущностные характеристики, значение.
55. Медийные и немедийные каналы коммуникаций в PR-кампании: общая характеристика, соотношение, значение.
56. Презентации и шоу как технологии PR.
57. Образовательные программы, семинары как технологии PR.
58. Организация выставок как технология PR.
59. Спонсорство, благотворительность, патронаж как PR-технологии.
60. Фандрейзинг как технология PR.
61. Productplacement как технология PR.

62. Технологии внутрикорпоративного PR, как залог успешного проведения PR-кампании.
63. Основные подходы к формированию бюджета PR-кампании.
64. Подходы к оценке эффективности PR-деятельности: Ж.П.Бодуан, С. М.Катлип, А.Х.Сентер, Г.М.Брум, А.Н.Чумиков.
65. Методы оценки эффективности PR-кампании.
66. Особенности организации и проведения PR кампаний для малого, среднего бизнеса, крупных корпораций.
67. Особенности организации и проведения PR-кампаний для спортивных учреждений государственной сферы.
68. Особенности организации и проведения PR-кампаний в некоммерческом секторе.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 89 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274
2. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы : учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева. — Москва : РГУФКСМиТ, 2023. — 283 с. <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>
3. Абросимов, Н. В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании : практическое пособие / Н. В. Абросимов. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 144 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176>
4. Никитина, С. А. PR-сопровождение event-мероприятий / С. А. Никитина ; Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, Кафедра рекламы и общественных коммуникаций. – Санкт-Петербург : б.и., 2020. – 67 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595215>
5. Пропаганда физической культуры и спорта и связи с общественностью (избранные лекции) : учебное пособие : [16+] / Р. С. Жуков, Н. В. Минникаева, И. П. Шлее, А. В. Седнев ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2021. – 75 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700894>

б) Дополнительная литература:

1. Блюм, М. А. PR-технологии в коммерческой деятельности : учебное пособие / М. А. Блюм, Н. В. Молоткова, М. Ю. Яковлева ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2012. – 105 с.
2. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780>
3. Соболев, Н. К. Особенности формирования имиджа компании методами связей с общественностью / Н. К. Соболев. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 84 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=8826>
4. Марсалова, Е. Ф. Организация промо-акции для учреждения дополнительного образования (дисциплина реклама и связь с общественностью) / Е. Ф. Марсалова ; Новосибирский государственный университет управления и экономики (НГУЭУ). – Новосибирск. 2024. – 146 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=716004>

5. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : методические рекомендации для подготовки к семинарским занятиям : методическое пособие: / сост. А. Д. Паутов, О. Ю. Гаврикова. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2017. – 39 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483430>
6. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие:/ авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. – Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. – 144 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607568>

в) *Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интерне*

1. PR-кампания Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» как средство пропаганды здорового образа жизни <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/3641/1/21Brykalina.pdf>
2. ПР кампании в интернете <https://liderpr.ru/polezno-novichkam/pr-kampaniya-v-internete/>
3. Digital PR: инструменты и реализация <https://www.uiscom.ru/blog/digital-pr-instrumenty-i-realizatsiya/>
4. Роль PR в продвижении бренда через социальные сети <https://www.synapse-studio.ru/blog/useful/rol-pr-v-prodvizhenii-brenda-cherez-socialnye-seti>
5. 4 способа запустить первую эффективную PR-кампанию <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/4-sposoba-zapustit-pervuyu-effektivnuyu-pr-kampaniyu-i-vyyti-na-500-publikatsiy-v-smi-s-upominaniem/>
6. Стратегия и тактика PR-кампании https://limesmedia.ru/blog/blog/strategiya_i_taktika_PR-kampanii/
7. Журнал «PR в России» – информационная система www.rupr.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

–программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru)

2) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Центр развития коммуникаций в маркетинге <https://marketing.hse.ru/blog/integrirovannye-marketingovye-kommunikacii/>
Режим доступа: свободный
2. Журнал «Реклама: теория и практика». - <http://www.grebennikoff.ru/product/8/>
Режим доступа: свободный
3. Сайт "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) - <http://powerbranding.ru/books>
Режим доступа: свободный
4. Социальная реклама: информационно-аналитический портал <https://www.socreklama.ru/>
Режим доступа: свободный
5. Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru).
6. Public Relations в Российском контексте – информационная система (pr-info.ru)
7. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система (raso.ru)
8. Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система (infosport.ru)
9. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru)
10. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный
2. Блог Reputation Capital Group <https://reputationcapital.blog/>
Режим доступа: свободный
3. Сайт Ассоциации креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>
Режим доступа: свободный

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» для обучающихся Гуманитарного института, направления подготовки/специальности: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Направленности(профилю): "Спортивная реклама и PR", бакалавриат, форма обучения: очная/заочная

2022 год набора

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): для очной формы обучения - 5 семестр;
для заочной формы обучения - 8 семестр;
Форма промежуточной аттестации: *зачет*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Для очного отделения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме: «PR-кампания: определение, сущностные характеристики, <u>типология</u> ».		5
2	Выступление на семинаре по теме: «Структура PR-кампании»		10
3	Выступление на семинаре по теме: «Коммуникационный аудит».		5
4	Выполнение практического задания по теме «Ситуационный анализ».		5
5	Выполнение практического задания по теме: «Стратегическое планирование».		5
6	Управляемая дискуссия на тему: «Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта»		5
7	Выступление на семинаре по теме: «Технологии PR как эффективный инструментарий реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта»		5

8	Выполнение практического задания по теме: «Оценка эффективности PR-кампании»		5
9	Написание реферата по выбранной теме.		15
10	Посещение занятий.	В течение семестра	10
11	Экзамен.		30
	ИТОГО:		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме: «PR-кампания: определение, сущностные характеристики, <u>типология</u> »	10
3	Подготовка доклада «Структура PR-кампании»	10
4	Подготовка доклада «Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта»	10
6	Написание реферата по выбранной теме.	15

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

- Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» является получение студентами теоретических и практических знаний по организации и проведению PR-кампаний, овладение практическими навыками применения соответствующих технологий разработки, реализации и оценки эффективности кампаний с учетом специфики коммуникационной деятельности в сфере физической культуры и спорта.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):

Для очной формы обучения – 5 семестр;

Для заочной формы обучения – 8 семестр;

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное обучение) ²
1	2	3	4	5
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				
УК-3.1.	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	5	8	
УК-3.2.	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	5	8	
УК-3.3.	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	5	8	
ПК-2Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1.	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	5	8	
ПК-2.2.	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	5	8	

²Заполняется при наличии ускоренного обучения.

ПК-2.3.	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	5	8	
ПК-3Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5	8	
ПК-3.4	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью			
ПК-3.2.	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	5	8	
ПК-3.5	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
ПК-3.3.	Владеет инструментами медиапланирования.	5	8	
ПК-3.6	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
ПК-4Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью				
ПК-4.1.	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5	8	
ПК-4.2.	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	5	8	
ПК-4.3	Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.			
ПК-4.4.	Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	5	8	
ПК-5Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта				
ПК-5.1.	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5	8	

ПК-5.2.	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5	8	
ПК-5.3.	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5	8	

4. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **4 зачетных единицы, 144 академических часа.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	PR-кампания: определение, сущностные характеристики, <u>типология</u>	5	2	2	6		
2	Структура PR-кампании	5	2	2	4		
3	Коммуникационный аудит.	5	2	2	10		
4	Ситуационный анализ.	5	2	2	10		
5	Стратегическое планирование.	5	2	4	10		
6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	5	2	4	15		
7	Формирование бюджета PR-кампании	5	2	2	10		
8	Оценка эффективности PR-кампании	5	2	8	10		
9	Технологии PR как эффективный инструментарий реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	5	2	4	10		
Итого часов: 144			18	32	85	9	Экзамен

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	PR-кампания: определение, сущностные характеристики, <u>типология</u>	8	1		13		
2	Структура PR-кампании	8			10		
3	Коммуникационный аудит.	8	1		10		
4	Ситуационный анализ.	8		2	14		
5	Стратегическое планирование.	8			16		
6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	8	1	2	14		
7	Формирование бюджета PR-кампании	8		2	16		
8	Оценка эффективности PR-кампании	8	1		14		
9	Технологии PR как эффективный инструментарий реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	8		2	16		
Итого часов: 144			4	8	123	9	Экзамен

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.04 БРЕНДИНГ В СФЕРЕ СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:

42.03.01–Реклама и связи с общественностью

(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Мысенко Галина Владимировна–к.п.н., доцент, доцент кафедры рекламы,
связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Брендинг в сфере спорта» является: обучение студентов теоретическим основам и методологическому инструментарию брендинга, принципам и технологии формирования и продвижения брендов; формирование понимания роли и предназначения брендов в деятельности компаний; создание целостного представления о том, каким образом организации создают бренды, какие стратегии они используют для их развития, и каковы особенности управления спортивными брендами.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Брендинг в сфере спорта» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, и читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 6 семестре, по заочной форме обучения – на четвертом курсе в 8 семестре.

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриата Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов как «Теория и практика связей с общественностью», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Брендинг в сфере спорта», будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Репутационный PR в сфере спорта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5	<i>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</i>	5		7
УК-5.2	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	5		7
УК-5.3	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм	5		7
УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	5		7
ПК-3	<i>Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</i>	5		7
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампаний	5		7
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	5		7
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	5		7

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы, 108 академических часов**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основы брендинга.	5	4	4	8		
2	Тема 2. Маркетинговые исследования в брендинге	5	4	6	10		
3	Тема 3. Разработка бренда (бренд-билдинг)	5	4	4	10		
4	Тема 4. Развитие и продвижение брендов.	5	4	6	10		
5	Тема 5. Особенности управления спортивными брендами	5	4	8	13		
Итого часов: 108			20	28	51	9	экзамен

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основы брендинга.	7	1	1	12		
2	Тема 2. Маркетинговые исследования в брендинге	7	1	2	16		
3	Тема 3. Разработка бренда (бренд-билдинг)	7	1	2	16		
4	Тема 4. Развитие и продвижение брендов.	7	1	1	16		
5	Тема 5. Особенности управления спортивными брендами	7	-	4	25		
Итого часов: 108			4	10	85	9	экзамен

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие «бренд».
2. Бренд и торговая марка: соотношение понятий.
3. Функции бренда.
4. Виды бренда.
5. Сущность понятий «брендинг», «бренд-билдинг», «атрибуты бренда».
6. История брендинга: от клеймения скота к завоеванию рынков.
7. Правовые основания охраны бренда
8. Система охраны товарных марок в за рубежом и в России.
 1. Основные атрибуты бренда и общие требования к ним.
 2. Бренд-нейм как важнейший атрибут (идентификатор) бренда
 3. Упаковка бренда
 4. Слоган и этапы его разработки
 5. Разработка рекламного текста.
 6. Логотип и основные требования к его созданию. Классификация товарных знаков
 7. Шрифт и цвет как атрибуты бренда
 8. Личность бренда и его основные составляющие

9. Понятие, виды и методы маркетинговых исследований.
10. Анализ рыночной ситуации для бренд-билдинга.
11. Система идентичности бренда: его сущность, стержневая и расширенная идентичность.
12. Сравнение с конкурентными брендами.
13. Преимущества бренда.
14. Позиционирование.
15. Понятие "архитектура бренда"
16. Основные модели построения архитектуры брендов
17. «Каннибализм» в портфеле брендов компании
1. Сущность интегрированного брендинга.
2. PR-технологии в создании брендов.
3. Аудит бренда.
18. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества
19. Способы оценки бренда.
20. Лизинг, франчайзинг и лицензионные соглашения
21. Особенности брендинга в развитых и в развивающихся странах
22. Брендинг в современной России: основные проблемы и перспективы развития
23. Частная марка как бренд в современной России: особенности и тенденции ее развития
24. Международные факторы брендинга.
25. Основные стратегии международного брендинга
26. Механизм управления брендами международной компании
27. Особенности брендинга транснациональных компаний на российском потребительском рынке
28. Потребительская лояльность: основные определения, типы и модели
29. Основные классификации программ лояльности
30. Основные компоненты программы лояльности и процесс ее организации
31. Строительство бренда в сфере спорта.

32. Работа с основными элементами капитала бренда в сфере спорта.
33. Расширение спортивного бренда.
34. Факторы успешности расширения спортивного бренда и потенциальные риски, связанные с расширением.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Сайкин, Е. А. Основы брендинга : учебное пособие : [16+] / Е. А. Сайкин ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 55 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576511
2. Старов, С. А. Управление брендами [Электронный ресурс]: учебник / Высшая школа менеджмента СПбГУ, С. А. Старов. — 2-е изд., испр. — СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008. — 500 с. : ил. — ISBN 978-5-9924-0034-2. — <https://rucont.ru/efd/207762>

б) Дополнительная литература:

1. Аналитика современных дефиниций и подходов к пониманию сущности бренда [Электронный ресурс] / Грошев, Краснослободцев // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. — 2013. — №4. — С. 96-106. — <https://rucont.ru/efd/417572>
2. Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций / А.Д. Бутакова. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 101 с. - ISBN 978-5-504-00854-7 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857>
3. Горчакова, В.Г. Имиджелогия: теория и практика: учебное пособие / В.Г. Горчакова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 335 с.: ил., табл., схемы -

Библиогр.: с. 294-310. - ISBN 978-5-238-02095-2 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022>.

4. Годин, А.М. Брендинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.М. Годин .— 4-е изд. — М. : ИТК "Дашков и К", 2016 .— 184 с. — ISBN 978-5-394-02629-4 .— <https://rucont.ru/efd/688915>

5. Куликов, М.Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки / М.Д. Куликов. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 106 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87036>

6. Матвеев, А.Е. Роль PR-акций в формировании имиджа / А.Е. Матвеев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 127 с. - ISBN 978-5-504-00088-6 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361>

7. Маркетинг спорта=The Marketing of Sport / ред. Д. Бич, С. Чедвик, Ю. Быстрова ; пер. В. Башкирова и др. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 706 с.: схем., табл. - ISBN 978-5-9614-1095-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428025>

8. Особенности определения стоимости бренда футбольного клуба [Электронный ресурс] / Черепанов // Имущественные отношения в РФ .— 2011 .— №5 .— С. 68-82 .— <https://rucont.ru/efd/498990>

9. Правовая защита бренда [Электронный ресурс] / Ленина // Вестник Пензенского государственного университета .— 2015 .— №4 .— С. 110-112 .— <https://rucont.ru/efd/549731>

10. Сайкин, Е. А. Основы брендинга : учебное пособие : [16+] / Е. А. Сайкин ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 55 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576511

11. Стратегия создания и продвижения бренда [Электронный ресурс] / Проконина, Орлова, Щелокова // Технология и товароведение

инновационных пищевых продуктов .— 2016 .— №1 .— С. 113-118 .—
<https://rucont.ru/efd/494400>

12. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей / А.Н. Чумиков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6019-5 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635>

13. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 272 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02075-9 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896>.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Весь рекламный рынок России. – <https://www.alladvertising.ru>
2. Ассоциация коммуникационных агентств России – информационная система. - <https://www.akarussia.ru/>
3. Public Relations в Российском контексте – информационная система. - <https://www.pr-info.ru/>
4. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. - <https://raso.ru/>
5. Спортивный портал. - <http://www.sport.ru/>
6. Чемпионат.com (новости спорта). - <http://www.championat.com/>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

- 1) Операционная система – Microsoft Windows 10;
- 2) Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;

3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;

4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- *современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1) [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).

2) Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1) Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система [https://www.informio.ru /](https://www.informio.ru/)

2) Федеральный портал Российское образование – информационная система (edu.ru)

3) [Библиотека «Куб» \(www.koob.ru\)](http://www.koob.ru).

4) [Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система \(infosport.ru\)](http://infosport.ru)

5) [Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система](#)

6) Федеральный портал Российское образование – информационная система (edu.ru) Режим доступа: свободный

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1) [Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru).

2) Reputation Capital Group <https://reputationcapital.blog/>

3) "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>

- 4) Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

**по дисциплине (модулю) «Б1.В.04, Брендинг в сфере спорта» для обучающихся
Гуманитарного института 3 курса и 4 курса обучения направления
подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с
общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и
PR» очной и заочной форм обучения**

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): по очной форме – 5 семестр,

по заочной форме – 7 семестр

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Презентация по теме 1 «Теоретические основы брендинга».	3 неделя	5
2	Выполнение практического задания №1 (Аудит бренда) по теме 2 «Маркетинговые исследования бренда»	6 неделя	10
3	Выполнение практического задания №2 (Создание и расширение спортивных брендов) по теме 3 «Разработка бренда (бренд-билдинг)»	8 неделя	10
4	Написание эссе по теме 4 «Особенности управления спортивными брендами»	10 неделя	10
5	Деловая игра по теме 4 «Развитие и продвижение брендов»	14 неделя	15
6	Выполнение практического задания №4 (Решение кейса) по теме 5 «Особенности управления спортивными брендами»	17 неделя	10
7	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого		70 баллов
	Экзамен		30
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме 1 «Основные понятия курса»	5
2	Презентация по теме «Модели построения архитектуры брендов»	10
3	Выполнение практического задания №3 (Разработка бренд-бука спортивного клуба) по теме «Разработка бренда (бренд-билдинг)»	15
4	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.В.04,БРЕНДИНГ В СФЕРЕ СПОРТА»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01–Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): по очной форме обучения - 5 семестр, по заочной форме обучения – 7 семестр.

3. Цель освоения дисциплины (модуля): обучение студентов теоретическим основам и методологическому инструментарию брендинга, принципам и технологии формирования и продвижения брендов; формирование понимания роли и предназначения брендов в деятельности компаний; создание целостного представления о том, каким образом организации создают бренды, какие стратегии они используют для их развития, и каковы особенности управления спортивными брендами.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5	<i>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</i>	5		7
УК-5.2	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	5		7
УК-5.3	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм	5		7
УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	5		7
ПК-3	<i>Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</i>	5		7
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	5		7

ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	5		7
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	5		7

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы, 108 академических часов**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основы брендинга.	5	4	4	8		
2	Тема 2. Маркетинговые исследования в брендинге	5	4	6	10		
3	Тема 3. Разработка бренда (бренд-билдинг)	5	4	4	10		
4	Тема 4. Развитие и продвижение брендов.	5	4	6	10		
5	Тема 5. Особенности управления спортивными брендами	5	4	8	13		
Итого часов: 108			20	28	51	9	экзамен

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	

1	Тема 1. Теоретические основы брендинга.	7	1	1	12		
2	Тема 2. Маркетинговые исследования в брендинге	7	1	2	16		
3	Тема 3. Разработка бренда (бренд-билдинг)	7	1	2	16		
4	Тема 4. Развитие и продвижение брендов.	7	1	1	16		
5	Тема 5. Особенности управления спортивными брендами	7	-	4	25		
Итого часов: 108			4	10	85	9	экзамен

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Б1.В.05 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Майоров Олег Вячеславович – к.п.н., доцент кафедры рекламы, связей с
общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины являются:

- овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими умениями по организации отдела рекламы в сфере физической культуры и спорта;
- обучение студентов теоретическим основам технологий рекламы, ознакомление с тенденциями, новыми эффективными идеями и различными приемами в области рекламы;
- выработка первых практических навыков эффективного использования PR технологий и рекламы в сфере спорта и физической культуры.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к дисциплинам обязательной части и читается по очной форме обучения на втором курсе (3,4 семестр) и заочной форме обучения (5,6 семестр).

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриата Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов, как «Введение в коммуникационные специальности», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы маркетинга», «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Теория и практика рекламы», будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Брендинг в сфере

спорта», «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Копирайтинг», «Основы медиапланирования», «Принципы и технологии создания рекламного продукта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	3,4		5,6
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	3,4		5,6
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	3,4		5,6
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	3,4		5,6
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	3,4		5,6
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	3,4		5,6
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии	3,4		5,6

	копирайтинга в онлайн и офлайн среде.			
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	3,4		5,6
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	3,4		5,6
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	3,4		5,6
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	3,4		5,6
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и реклам	3,4		5,6
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	3,4		5,6
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	3,4		5,6
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	3,4		5,6
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	3,4		5,6
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	3,4		5,6
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	3,4		5,6
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	3,4		5,6
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	3,4		5,6
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	3,4		5,6
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	3,4		5,6
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с	3,4		5,6

	общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта			
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	3,4		5,6
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	3,4		5,6
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	3,4		5,6
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	3,4		5,6

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **базисных единиц, 216 академических часа**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение рекламы для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела рекламы спортивных организаций	3	4	4	12	-	

2	Тема 2. Структура отдела с рекламы. Требования к специалистам	3	2	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования отдела рекламы спортивных организаций	3	2	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	3	2	6	13	-	
5	Тема 5. Принципы разработки рекламных кампаний и коммуникационных проектов	3	4	8	18	-	
	Итого 3 семестр:		18	28	62		зачет
6	Тема 6. Базовые инструменты рекламных кампаний	4	2	4	7		
7	Тема 7. Основные административно-организационные функционалы рекламных проектах	4	4	4	8		
8	Тема 8. Организация рекламы спортивных мероприятий: выставки, конференции, соревнования	4	2	4	8		
9	Тема 9. Производственный сегмент в отделе рекламы	4	4	6	10		
10	Тема 10. Оценка эффективности рекламных кампаний	4	4	6	10		
11	Тема 11. Типичные кейсы PR в спорте.	4	4	4	8		
	Итого 4 семестр:		18	26	55	9	экзамен
Итого часов 216:			36	54	117	18	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение рекламы для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела рекламы спортивных организаций	5	0,5		12	-	

2	Тема 2. Структура отдела с рекламы. Требования к специалистам	5	0,5	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования отдела рекламы спортивных организаций	5	1		10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	1	2	12	-	
5	Тема 5. Принципы разработки рекламных кампаний и коммуникационных проектов	5	1	2	18	-	
5 семестр: 72			4	6	62		Зачет
6	Тема 6. Базовые инструменты рекламных кампаний	6	0,5		20		
7	Тема 7. Основные административно-организационные функционалы рекламных проектах	6	0,5	2	20		
8	Тема 8. Организация рекламы спортивных мероприятий: выставки, конференции, соревнования	6	1	2	20		
9	Тема 9. Производственный сегмент в отделе рекламы	6	0,5		20		
10	Тема 10. Оценка эффективности рекламных кампаний	6	0,5	2	20		
11	Тема 11. Типичные кейсы PR в спорте.	6	1		25		
6 семестр			4	6	125	9	Экзамен
Итого часов 216:			8	12	187	9	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Очная форма

Зачет, экзамен

Перечень вопросов к зачету, экзамену

1. Ключевые понятия: «связи с общественностью», «PR», «рекламная и PR кампания», «журналистика», «маркетинг».
2. Принципы и основы стратегического развития сферы спорта посредством PR.
3. Роль PR в современном обществе и в сфере ФКиС.
4. Принципы и технологии создания коммуникационных проектов в сфере спорта.
5. Базовые принципы разработки PR и рекламных кампаний.
6. Особенности рекламы, PR и журналистики в сфере спорта.
7. PR и реклама как средство развитие спорта и физической культуры
8. PR как средство развитие спортивной индустрии
9. Типовая структура отдела по связям с общественностью спортивных организаций.
10. Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы.
11. Основные виды PR-документов. Базовые документы при общении со СМИ.
12. PR-документы для общения со «внешними аудиториями».
13. Действия специалиста по связям с общественностью до и после проведения пресс-конференции.
14. Законодательная база кадровой работы PR-отдела.
15. Издательская деятельность отдела по связям с общественностью.
16. Целевые аудитории в сфере ФКиС как объект воздействия для PR-структур.
17. Спец.мероприятия для СМИ и их представителей.
18. Особенности организации отдела по связям с общественностью и рекламы в спортивной фирме или компании.

19. Организация выпуска периодических изданий.
20. Аспекты организации спортивных выставок.
21. Особенности выпуска сувенирной продукции спортивной организации.
22. Понятие событийного маркетинга и специальных мероприятий, роль специалиста по связям с общественностью в подготовке и реализации.
23. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.
24. Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.
25. Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.
26. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности PR-отдела.
27. PR как средство формирования имиджа и репутации в спорте.
28. Базовые методы исследования в деятельности PR-отдела.
29. Основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.
30. Взаимодействие с целевыми аудиториями в информационном пространстве, включая Интернет.
31. Интернет и социальные сети как инструменты развития спорта и ФК.
32. Работа со СМИ в спортивных организациях.
33. Роль event-технологий в сфере спорта.
34. Имидж и репутация спортсмена.
35. Базовые стратегии формирования и продвижения имиджа и репутации спортивной организации.
36. Специфика управления PR-процессами в работе спортивных организаций.
37. Методы оперативного планирования и оперативного контроля в деятельности по связям с общественностью в сфере ФКиС.
38. Требования к знаниям и навыками специалисты для работы в отделах связей с общественностью в сфере ФКиС.

39. Роль PR при продвижении спортивных товаров и (или) услуг.

40. Инструментарий профессиональной адаптации с целью овладения навыками работы в отделе PR.

Заочная форма

Зачет, экзамен

Перечень вопросов к зачету, экзамену

1. Ключевые понятия: «связи с общественностью», «PR», «рекламная и PR кампания», «журналистика», «маркетинг».
2. Принципы и основы стратегического развития сферы спорта посредством PR.
3. Роль PR в современном обществе и в сфере ФКиС.
4. Принципы и технологии создания коммуникационных проектов в сфере спорта.
5. Базовые принципы разработки PR кампаний.
6. Особенности рекламы, PR и журналистики в сфере спорта.
7. PR как средство развитие спорта и физической культуры.
8. PR как средство развитие спортивной индустрии.
9. Типовая структура отдела по связям с общественностью спортивных организаций.
10. Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы.
11. Основные виды PR-документов. Базовые документы при общении со СМИ.
12. PR-документы для общения со «внешними аудиториями».
13. Действия специалиста по связям с общественностью до и после проведения пресс-конференции.
14. Законодательная база кадровой работы PR-отдела.
15. Издательская деятельность отдела по связям с общественностью.

16. Целевые аудитории в сфере ФКиС как объект воздействия для PR-структур.
17. Спец.мероприятия для СМИ и их представителей.
18. Особенности организации отдела по связям с общественностью и рекламы в спортивной фирме или компании.
19. Организация выпуска периодических изданий.
20. Аспекты организации спортивных выставок.
21. Особенности выпуска сувенирной продукции спортивной организации.
22. Понятие событийного маркетинга и специальных мероприятий, роль специалиста по связям с общественностью в подготовке и реализации.
23. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.
24. Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.
25. Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.
26. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности PR-отдела.
27. PR как средство формирования имиджа и репутации в спорте.
28. Базовые методы исследования в деятельности PR-отдела.
29. Основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.
30. Взаимодействие с целевыми аудиториями в информационном пространстве, включая Интернет.
31. Работа с целевыми аудиториями в информационном пространстве
32. Интернет и социальные сети как инструменты развития спорта и ФК.
33. Работа со СМИ в спортивных организациях.
34. Роль event-технологий в сфере спорта.
35. Имидж и репутация спортсмена.
36. Базовые стратегии формирования и продвижения имиджа и репутации спортивной организации.

37. Специфика управления PR-процессами в работе спортивных организаций.

38. Методы оперативного планирования и оперативного контроля в деятельности по связям с общественностью в сфере ФКиС.

39. Требования к знаниям и навыками специалисты для работы в отделах связей с общественностью в сфере ФКиС.

40. Роль PR при продвижении спортивных товаров и (или) услуг.

41. Инструментарий профессиональной адаптации с целью овладения навыками работы в отделе PR.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 89 с. – Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274

2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-vvedenie-v-specialnost-510926>

3. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы: учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. —Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

4. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп.

— Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/531182>

5. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта: учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/533551>

6. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437>

б) Дополнительная литература:

1. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Булатова С.Н.; С.Н. Булатова. — Кемерово: КемГУКИ, 2012. — 80 с. - Электронно-библиотечная система РУКОНТ. <https://lib.rucont.ru/efd/237152/info>

2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 218 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostyu-531709>

3. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. — Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. — 196 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849

4. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А.В. Починкин. — Москва: Спорт, 2017. 385 с. — Электронная библиотечная система «Рукоонт» <https://lib.rucont.ru/efd/641213>

5. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие: [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. – Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. – 144 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

6. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности: журналистика, реклама и связи с общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 180 с.: ил., табл. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=701349

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. PRexplore— ресурс о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиатехнологиях. <https://prexplore.ru>
Режим доступа: свободный

2. Журнал «PR в России». <https://www.prjournal.ru/> Режим доступа: свободный

3. «Маркетинговый ход» - авторский канал с кейсами на тему рекламы, маркетинга, PR <https://t.me/MarketingPloy>

4. «Fan Engagement | Маркетинг и коммерция» – авторский канал с кейсами спортивной индустрии и сфере физической культуры и спорта t.me/fanengagement Режим доступа: свободный

5. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>

6. Ассоциация коммуникационных агентств России – информационная система [akarussia.ru https://www.akarussia.ru/](https://www.akarussia.ru/)

7. [Федеральный портал Российское образование – информационная система edu.ru](https://www.edu.ru/)

8. Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://www.pr-info.ru/> Режим доступа: свободный
9. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. <https://raso.ru/> Режим доступа: свободный
10. База данных “Национальная электронная библиотека” <https://rusneb.ru/>
11. Научно-образовательный портал IQ <https://iq.hse.ru/management>
12. База данных «Электронная библиотека экономической и деловой литературы» Административно-управленческого портала <http://www.aup.ru/library/>
13. Sostav.ru Независимый проект брендингового агентства Depot. <https://www.sostav.ru/>
14. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. <https://adindex.ru/>
15. Всероссийский центр изучения общественного мнения. База данных [Данные опросов - ВЦИОМ-Навигатор \(wciom.ru\)](http://wciom.ru)
16. Ассоциация менеджеров: деловое объединение России (<https://amr.ru/>)
Режим доступа: свободный
17. Бюро цифрового маркетинга <https://6-sense.pro/resource>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).
2. [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

AdvertMe – цифровой ресурс об инструментах рекламы, маркетинга <https://www.advertme.ru>

Цифровой ресурс о digital-маркетинге
<https://rusability.ru/>

Модуль SERM – сервис управления репутацией в поисковых системах
<https://promopult.ru/technology/serm>
Режим доступа: свободный

Энциклопедия маркетинга
<https://www.marketing.spb.ru/>
Режим доступа: свободный

Социальная реклама : информационно-аналитический портал <https://www.socreklama.ru/>

Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>

Открытая платформа-информационная система «Спортивная Россия» – <https://infosport.ru/person> Режим
Доступа: свободный

Deadline.Media -
профессиональная социальная сеть для журналистов, стрингеров, блогеров, PR-менеджеров, пресс-секретарей, маркетологов и экспертов-нюсмейкеров <https://deadline.media/>

Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://elibrary.ru/>
Режим доступа: с использованием логина и пароля

PR и реклама. Обзор электронных ресурсов. Российская государственная библиотека.
<https://www.rsl.ru/ru/nauka/editions/bibliography-editions/pr-i-reklama-obzor-elektronnyix-resursov> Режим
доступа: свободный

Яндекс.Вордстат - сервис для оценки пользовательского интереса к конкретным тематикам и для
подбора ключевых слов рекламодателями
<https://wordstat.yandex.ru> Режим доступа: свободный

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и
поисковая система <https://www.informio.ru/>

ГИС «Спорт» - цифровые сервисы и базы данных в сфере физической культуры и спорта
<https://sportrf.gov.ru/>

Росстат - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по формированию официальной статистической информации. <http://www.gks.ru>

Холдинг «СБК. Спорт Бизнес Консалтинг» – профессиональная база данных (<https://s-bc.ru>).
Режим доступа: свободный

Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных (<https://insportexpo.com>).
Режим доступа: смешанный (включая режим с использованием логина и пароля)

Сайт «Powerbranding» (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе). Раздел «Шаблоны»
<http://powerbranding.ru/shablony/>
Режим доступа: свободный

База данных и знаний сервиса журналистских запросов <https://pressfeed.ru/> Режим доступа: смешанный (включая режим с использованием логина и пароля)

Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта.
Статистическая информация – профессиональная база данных (minsport.gov.ru)
<https://www.minsport.gov.ru/activity/statisticheskaya-informacziya/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.05, Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта» для обучающихся Гуманитарного института 2 и 3 курса направления подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Сроки изучения дисциплины (модуля): 3,4 семестры дневного обучения, 5,6 – заочного обучения
Форма промежуточной аттестации: зачет и экзамены

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
2 курс			
3 семестр			
1.	Выступление на семинаре по теме 1 «Сущность СО Общие принципы организации деятельности по СО»	3 неделя / 4 неделя	5
2.	Выступление на семинаре по теме 2 «История возникновения и развития СО»	6 неделя	5
3.	Выступление на семинаре по теме 3 «Правовое регулирование деятельности в СО»	8 неделя	5
4.	Презентация по теме 4 «Особенности рынка СО»	10 неделя	15
5.	Выполнение практического задания №1 по теме 4 «Особенности рынка СО»	11 неделя / 12 неделя	20
6.	Презентация по теме 5 «Средства СО и их применение» (характеристика одного средства СО по выбору студента)	15 неделя / 16 неделя	20
7.	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по 3 семестру		80 баллов
	зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

4 семестр			
8.	Презентация по теме 6 «Нестандартные методы СО»	24 неделя	5
9.	Выступление на семинаре по теме 7 «Новые виды СО-инструментов»	25 неделя	5
10.	Выполнение практического задания №2 по теме 7 «Новые виды и технологии СО»	28 неделя	10
11.	Выполнение практического задания №3 по теме 8 «Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия»	30 неделя / 31 неделя	5
12.	Выступление на семинаре по теме 9 «Психологическое воздействие методов СО»	33 неделя	5
13.	Выполнение практического задания №4 по теме 9 «Психологическое воздействие методов СО»	34 неделя	10
14.	Выполнение практического задания №5 по теме 10 «Теория поколений и поколенческие характеристики в СО»	38 неделя / 39 неделя	10
15.	Деловая игра по теме 11 «Основные составляющие фирменного стиля и их применение в СО»	42 неделя	10
16.	Посещение занятий	В течение семестра	10
Итого по 4 семестру			70 баллов
Экзамен			30
ИТОГО			100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
3 курс		
3 семестр		
1.	Контрольная работа по теме «Сущность рекламы. Общие принципы организации рекламной деятельности»	10
2.	Презентация по теме «Правовое регулирование рекламной деятельности»	15
3.	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
4 семестр		
1.	Презентация по теме «Новые виды рекламных коммуникаций в СО»	10
2.	Презентация по теме «Методы психологического воздействия на потребителя»	10
3.	Тестирование по общим основам деятельности по СО	10
4.	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из

списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Б1.В.05 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»**
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единицы, 216 академических часа.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): 3,4 семестры – дневное обучение, 5,6 - заочное

3. Цель освоения дисциплины (модуля):

Целями освоения дисциплины являются:

– овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими умениями по организации отдела рекламы в сфере физической культуры и спорта;

– обучение студентов теоретическим основам технологий рекламы, ознакомление с тенденциями, новыми эффективными идеями и различными приемами в области рекламы;

– выработка первых практических навыков эффективного использования PR технологий и рекламы в сфере спорта и физической культуры.

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	3,4		5,6

	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	3,4		5,6
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	3,4		5,6
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	3,4		5,6
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	3,4		5,6
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	3,4		5,6
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	3,4		5,6
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	3,4		5,6
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	3,4		5,6
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	3,4		5,6
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	3,4		5,6
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и реклам	3,4		5,6
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	3,4		5,6
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	3,4		5,6
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	3,4		5,6
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	3,4		5,6

	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	3,4		5,6
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	3,4		5,6
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	3,4		5,6
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	3,4		5,6
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	3,4		5,6
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	3,4		5,6
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	3,4		5,6
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	3,4		5,6
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	3,4		5,6
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	3,4		5,6
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	3,4		5,6

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **6 зачетных единиц, 216 академических часа**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение рекламы для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела рекламы спортивных организаций	3	4	4	12	-	
2	Тема 2. Структура отдела с рекламы. Требования к специалистам	3	2	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования отдела рекламы спортивных организаций	3	2	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	3	2	6	13	-	
5	Тема 5. Принципы разработки рекламных кампаний и коммуникационных проектов	3	4	8	18	-	
	Итого 3 семестр:		18	28	62		зачет
6	Тема 6. Базовые инструменты рекламных кампаний	4	2	4	7		
7	Тема 7. Основные административно-организационные функционалы рекламных проектах	4	4	4	8		
8	Тема 8. Организация рекламы спортивных мероприятий: выставки, конференции, соревнования	4	2	4	8		
9	Тема 9. Производственный сегмент в отделе рекламы	4	4	6	10		
10	Тема 10. Оценка эффективности рекламных кампаний	4	4	6	10		
11	Тема 11. Типичные кейсы PR в спорте.	4	4	4	8		
	Итого 4 семестр:		18	26	55	9	экзамен
Итого часов 216:			36	54	117	18	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение рекламы для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела рекламы спортивных организаций	5	0,5		12	-	
2	Тема 2. Структура отдела с рекламы. Требования к специалистам	5	0,5	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования отдела рекламы спортивных организаций	5	1		10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	1	2	12	-	
5	Тема 5. Принципы разработки рекламных кампаний и коммуникационных проектов	5	1	2	18	-	
5 семестр: 72			4	6	62		Зачет
6	Тема 6. Базовые инструменты рекламных кампаний	6	0,5		20		
7	Тема 7. Основные административно-организационные функционалы рекламных проектах	6	0,5	2	20		
8	Тема 8. Организация рекламы спортивных спецмероприятий: выставки, конференции, соревнования	6	1	2	20		
9	Тема 9. Производственный сегмент в отделе рекламы	6	0,5		20		
10	Тема 10. Оценка эффективности рекламных кампаний	6	0,5	2	20		
11	Тема 11. Типичные кейсы PR в спорте.	6	1		25		
6 семестр			4	6	125	9	Экзамен
Итого часов 216:			8	12	187	9	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных
проблем**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Б1.В.06 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ PR В СФЕРЕ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составители:

Майоров Олег Вячеславович - доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины являются:

- овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими умениями по организации отдела по связям с общественностью в сфере физической культуры;
- обучение студентов теоретическим основам технологий по связям с общественностью, ознакомление с тенденциями, новыми эффективными идеями и различными приемами в области связей с общественностью;
- выработка первых практических навыков эффективного использования PR технологий в сфере спорта и физической культуры.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к разряду модуля профильных дисциплин базовой части – **Б1.В.06**, и предназначена для ознакомления студентов с комплексом теоретических знаний и приобретения практических умений в области организации отделов связей с общественностью и других подразделений организации, связанных с ведением общественных и внутрикорпоративных коммуникаций (отделы рекламы и маркетинга), а также:

- знакомства студентов с актуальными организационными основами деятельности отделов СО;
- формирования у студентов представления о задачах и принципах функционирования отделов PR, маркетинга, рекламы;
- выработки навыков построения, поддержки и развития межличностных отношений в отделах рекламы, маркетинга и СО между сотрудниками.

Преподавание данного курса позволит сформировать и расширить область профессиональной подготовки студентов, готовящихся к аналитической и практической деятельности в сфере физической культуры и спорта.

Дисциплина «Организация работы отделов PR сфере физической культуры и спорта» читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 5й и 6й семестре; по заочной форме обучения – на втором курсе – в 7й и 8й семестре.

Дисциплина представляет цикл гуманитарных социально-экономических дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой студентов Гуманитарного института РГУФКСМиТ.

Освоение учебного материала на дневном обучении способствует эффективному параллельному прохождению других теоретических дисциплин таких как «Проведение PR-компаний в сфере физической культуры и спорта», «Теория и практика массовой информации», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Event-технология в сфере физической культуры и спорта».

На заочном обучении освоение программы способствует эффективному параллельному таким дисциплин как «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Брендинг в сфере спорта», «Проведение PR-компаний в сфере физической культуры и спорта», «Репутационный PR в сфере спорта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	5,6		7,8
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	5,6		7,8
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	5,6		7,8
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	5,6		7,8
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	5,6		7,8
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	5,6		7,8
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	5,6		7,8
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	5,6		7,8
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	5,6		7,8
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	5,6		7,8
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность	5,6		

	на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности			
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и реклам	5,6		7,8
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	5,6		7,8
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	5,6		7,8
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	5,6		
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5,6		7,8
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	5,6		7,8
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	5,6		7,8
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	5,6		7,8
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	5,6		7,8
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	5,6		7,8
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	5,6		
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5,6		7,8
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	5,6		7,8
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	5,6		7,8
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR- деятельности организации.	5,6		7,8
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	5,6		
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5,6		7,8

	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5,6		7,8
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5,6		7,8

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц,
216 академических часов.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	10	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	5	2	4	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	2	4	10	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	5	2	4	12	-	

6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	5	2	4	12	-	
Итого – 108 часа:			18	26	64		зачет
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	6	2	4	8	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	6	2	2	8	-	
9	Тема 9. Организация спортивных мероприятий: выставки, конференции	6	4	6	8	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	6	4	4	8	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	6	4	6	8	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	6	4	6	11	-	
Итого 108 часов:			20	28	51	9	экзамен
Итого часов – 216			38	54	115	9	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	7	0,5		8	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	7	0,5	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	7	0,5	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	7	0,5	2	10	-	

5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	7	1	2	10	-	
6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	7	1	2	10	-	
Итого – 72 часа			4	10	58		зачет
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	8	0,5		10	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	8	0,5	2	10	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	8	0,5	2	20	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	8	0,5	2	20	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	8	1	2	20	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	8	1	2	41	-	
Итого 144 часа			4	10	121	9	экзамен
Итого часов – 216:			8	20	179	9	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Очная форма

Перечень вопросов к зачету

1. Ключевые понятия: «связи с общественностью», «PR», «рекламная и PR кампания», «журналистика», «маркетинг».

2. Принципы и основы стратегического развития сферы спорта посредством PR.

3. Роль PR в современном обществе и в сфере ФКиС.

4. Принципы и технологии создания коммуникационных проектов в сфере спорта.

5. Базовые принципы разработки PR кампаний.

6. Особенности рекламы, PR и журналистики в сфере спорта.

7. PR как средство развитие спорта и физической культуры

8. PR как средство развитие спортивной индустрии

9. Типовая структура отдела по связям с общественностью спортивных организаций.

10. Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы.

11. Основные виды PR-документов. Базовые документы при общении со СМИ.

12. PR-документы для общения со «внешними аудиториями».

13. Действия специалиста по связям с общественностью до и после проведения пресс-конференции.

14. Законодательная база кадровой работы PR-отдела.

15. Издательская деятельность отдела по связям с общественностью.

16. Целевые аудитории в сфере ФКиС как объект воздействия для PR-структур.

17. Спец. мероприятия для СМИ и их представителей.

18. Особенности организации отдела по связям с общественностью и рекламы в спортивной фирме или компании.

19. Организация выпуска периодических изданий.

20. Аспекты организации спортивных выставок.

21. Особенности выпуска сувенирной продукции спортивной организации.

22. Понятие событийного маркетинга и специальных мероприятий, роль специалиста по связям с общественностью в подготовке и реализации.

23. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.
24. Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.
25. Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.
26. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности PR-отдела.

Перечень вопросов к экзамену

1. PR как средство формирования имиджа и репутации в спорте.
2. Базовые методы исследования в деятельности PR-отдела.
3. Основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.
4. Взаимодействие с целевыми аудиториями в информационном пространстве, включая Интернет.
5. Интернет и социальные сети как инструменты развития спорта и ФК.
6. Работа со СМИ в спортивных организациях.
7. Роль event-технологий в сфере спорта.
8. Имидж и репутация спортсмена.
9. Базовые стратегии формирования и продвижения имиджа и репутации спортивной организации.
10. Специфика управления PR-процессами в работе спортивных организаций.
11. Методы оперативного планирования и оперативного контроля в деятельности по связям с общественностью в сфере ФКиС.
12. Требования к знаниям и навыками специалисты для работы в отделах связей с общественностью в сфере ФКиС.
13. Роль PR при продвижении спортивных товаров и (или) услуг.
14. Инструментарий профессиональной адаптации с целью овладения навыками работы в отделе PR.

Заочная форма

Перечень вопросов к зачету

1. Ключевые понятия: «связи с общественностью», «PR», «рекламная и PR кампания», «журналистика», «маркетинг».
2. Принципы и основы стратегического развития сферы спорта посредством PR.
3. Роль PR в современном обществе и в сфере ФКиС.
4. Принципы и технологии создания коммуникационных проектов в сфере спорта.
5. Базовые принципы разработки PR кампаний.
6. Особенности рекламы, PR и журналистики в сфере спорта.
7. PR как средство развитие спорта и физической культуры
8. PR как средство развитие спортивной индустрии
9. Типовая структура отдела по связям с общественностью спортивных организаций.
10. Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы.
11. Основные виды PR-документов. Базовые документы при общении со СМИ.
12. PR-документы для общения со «внешними аудиториями».
13. Действия специалиста по связям с общественностью до и после проведения пресс-конференции.
14. Законодательная база кадровой работы PR-отдела.
15. Издательская деятельность отдела по связям с общественностью.
16. Целевые аудитории в сфере ФКиС как объект воздействия для PR-структур.
17. Спец. мероприятия для СМИ и их представителей.
18. Особенности организации отдела по связям с общественностью и рекламы в спортивной фирме или компании.
19. Организация выпуска периодических изданий.

20. Аспекты организации спортивных выставок.
21. Особенности выпуска сувенирной продукции спортивной организации.
22. Понятие событийного маркетинга и специальных мероприятий, роль специалиста по связям с общественностью в подготовке и реализации.
23. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.
24. Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.
25. Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.
26. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности PR-отдела.

Перечень вопросов к экзамену

1. PR как средство формирования имиджа и репутации в спорте.
2. Базовые методы исследования в деятельности PR-отдела.
3. Основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.
4. Взаимодействие с целевыми аудиториями в информационном пространстве, включая Интернет.
5. Интернет и социальные сети как инструменты развития спорта и ФК.
6. Работа со СМИ в спортивных организациях.
7. Роль event-технологий в сфере спорта.
8. Имидж и репутация спортсмена.
9. Базовые стратегии формирования и продвижения имиджа и репутации спортивной организации.
10. Специфика управления PR-процессами в работе спортивных организаций.
11. Методы оперативного планирования и оперативного контроля в деятельности по связям с общественностью в сфере ФКиС.
12. Требования к знаниям и навыками специалисты для работы в отделах связей с общественностью в сфере ФКиС.

13. Роль PR при продвижении спортивных товаров и (или) услуг.

14. Инструментарий профессиональной адаптации с целью овладения навыками работы в отделе PR.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. — Москва: Лаборатория книги, 2010. — 89 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274

2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-vvedenie-v-specialnost-510926>

3. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы: учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. —Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

4. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/531182>

5. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта: учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/533551>

6. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437>

б) Дополнительная литература:

1. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Булатова С.Н.; С.Н. Булатова. — Кемерово: КемГУКИ, 2012. — 80 с. - Электронно-библиотечная система РУКОНТ. <https://lib.rucont.ru/efd/237152/info>

2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 218 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostyu-531709>

3. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. — Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. — 196 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849

4. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А.В. Починкин. — Москва: Спорт, 2017. 385 с. — Электронная библиотечная система «Рукоонт» <https://lib.rucont.ru/efd/641213>

5. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие: [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. — Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. — 144 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

6. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности: журналистика, реклама и связи с общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2023. — 180 с.: ил., табл. —

https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=701349

в) *Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. PRexplore— ресурс о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиатехнологиях. <https://prexplore.ru>

Режим доступа: свободный

2. Журнал «PR в России». <https://www.prjournal.ru/> Режим доступа: свободный

3. «Маркетинговый ход» - авторский канал с кейсами на тему рекламы, маркетинга, PR <https://t.me/MarketingPloy>

4. «Fan Engagement | Маркетинг и коммерция» – авторский канал с кейсами спортивной индустрии и сфере физической культуры и спорта t.me/fanengagement Режим доступа: свободный

5. Профессиональный PR-портал <http://www.sovetnik.ru/>

6. Портал Реклама, маркетинг, PR <http://www.pr-life.ru/>

7. Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» <http://www.press-service.ru/about/>

1. Сайт о пиар и рекламе <http://www.adme.ru/>

2. allBranding. Технологии брендинга. www.allbranding.ru

3. Рекламные идеи. О брендинге и креативе <http://www.advi.ru/>

4. «Состав». Портал о рекламе. www.sostav.ru

5. Adindex. Сайт о рекламе и маркетинге. <http://www.adindex.ru/>

6. Advertology Наука о рекламе. www.advertology.ru

7. AdVesti. Сайт, посвященный рекламодателям. www.advesti.ru

8. Media-online. Все о рекламе. <http://www.media-online.ru>

9. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>

10. Ассоциация коммуникационных агентств России – информационная система [akarussia.ru](https://www.akarussia.ru/) <https://www.akarussia.ru/>

11. Федеральный портал Российское образование – информационная система edu.ru

12. Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://www.pr-info.ru/> Режим доступа: свободный

13. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. <https://raso.ru/> Режим доступа: свободный

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](https://urait.ru).
2. [Электронная библиотечная система «Рукоонт» \(lib.rucont.ru\)](https://lib.rucont.ru).
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](https://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

AdvertMe – цифровой ресурс об инструментах рекламы, маркетинга <https://www.advertme.ru>

Цифровой ресурс о digital-маркетинге

<https://rusability.ru/>

Модуль SERM – сервис управления репутацией в поисковых системах <https://promopult.ru/technology/serm>
Режим доступа: свободный

Энциклопедия маркетинга

<https://www.marketing.spb.ru/>

Режим доступа: свободный

Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>

Открытая платформа-информационная система «Спортивная Россия» – <https://infosport.ru/person> Режим
Доступа: свободный

Deadline.Media -

профессиональная социальная сеть для журналистов, стрингеров, блогеров, PR-менеджеров, пресс-секретарей, маркетологов и экспертов-нюсмейкеров <https://deadline.media/>

Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://elibrary.ru/>

Режим доступа: с использованием логина и пароля

PR и реклама. Обзор электронных ресурсов. Российская государственная библиотека.
<https://www.rsl.ru/ru/nauka/editions/bibliography-editions/pr-i-reklama-obzor-elektronnyix-resursov> Режим доступа:
свободный

Яндекс.Вордстат - сервис для оценки пользовательского интереса к конкретным тематикам и для
подбора ключевых слов рекламодателями
<https://wordstat.yandex.ru>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и
поисковая система <https://www.informio.ru/>

ГИС «Спорт» - цифровые сервисы и базы данных в сфере физической культуры и спорта

<https://sportrf.gov.ru/>

*Росстат - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по формированию
официальной статистической информации.* <http://www.gks.ru>

Холдинг «СБК. Спорт Бизнес Консалтинг» – профессиональная база данных (<https://s-bc.ru>).

Режим доступа: свободный

Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных (<https://insportexpo.com>).

Режим доступа: смешанный

Сайт «Powerbranding» (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе). Раздел «Шаблоны»
<http://powerbranding.ru/shablony/>
Режим доступа: свободный

База данных и знаний сервиса журналистских запросов <https://pressfeed.ru/> Режим доступа: смешанный

Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта.
Статистическая информация – профессиональная база данных (minsport.gov.ru)

<https://www.minsport.gov.ru/activity/statisticheskaya-informacziya/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Организация работы отделов PR в сфере физической культуры и спорта» для обучающихся Гуманитарного института 3 курса, направления подготовки / специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра:	рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля)	5,6 семестры
Форма промежуточной аттестации:	зачет, экзамен

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
5-ый семестр			
1.	Презентация по теме «Структура по связям отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам»	3 неделя	10
2.	Выполнение практического задания по теме «Принципы разработки PR-кампаний и коммуникационных проектов»	6 неделя	15
3.	Выполнение практического задания по теме «Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций»	11 неделя	25
4.	Презентация по теме «Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы»	14 неделя /	20
5.	Посещение занятий	В течение семестра	10
6.	Сдача зачета		20
	Итого по семестру		100 баллов

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

5-ой семестр			
7.	Выполнение практического задания по теме «Базовые инструменты PR-кампаний»	22 неделя	20
8.	Выполнение презентации по теме «Организация спортивных мероприятий: выставки, конференции»	25 неделя	20
9.	Выполнение презентации по теме «Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»	27 неделя	20
10.	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Экзамен		30
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	<i>5 семестр</i>	5
1	Презентация по теме «Структура отдела по связям с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам».	5
2	Презентация по теме «Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»	10
3	Эссе по теме, пропущенной студентом	5
4	Выполнение практического задания по теме «Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы»	5
5	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	10

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	<i>6 семестр</i>	5
1	Презентация по теме «Актуальные инструменты построения эффективных отношений с целевыми аудиториями».	5
2	Презентация по теме «Инновационные инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»	10
3	Эссе по теме, пропущенной студентом	5
4	Выполнение практического задания по теме «Типовые способы решения кризисных ситуаций в спорте посредством методов PR»	5
5	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Организация работы отделов PR в сфере физической культуры и спорта» для обучающихся Гуманитарного института 3 курса, направления подготовки / специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.

Сроки изучения дисциплины (модуля) 5,8 семестры

Форма промежуточной аттестации: зачет, экзамен

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ²	Максимальное кол-во баллов
7-ый семестр			
11.	Презентация по теме «Структура по связям отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам»		10
12.	Выполнение практического задания по теме «Принципы разработки PR-кампаний и коммуникационных проектов»		15
13.	Выполнение практического задания по теме «Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций»		25
14.	Презентация по теме «Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы»		20
15.	Посещение занятий		10
16.	Сдача зачета		20
	Итого по семестру		100 баллов
8-ой семестр			
17.	Выполнение практического задания по теме «Базовые инструменты PR -кампаний»		20
18.	Выполнение презентации по теме «Организация спортивных мероприятий: выставки, конференции»		20

² Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

19.	Выполнение презентации по теме «Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»		20
20.	Посещение занятий		10
	Экзамен		30
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	7 семестр	5
1	Презентация по теме «Структура отдела по связям с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам».	5
2	Презентация по теме «Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»	10
3	Эссе по теме, пропущенной студентом	5
4	Выполнение практического задания по теме «Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы»	5
5	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	10

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	7 семестр	5
1	Презентация по теме «Актуальные инструменты построения эффективных отношений с целевыми аудиториями».	5
2	Презентация по теме «Инновационные инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»	10
3	Эссе по теме, пропущенной студентом	5
4	Выполнение практического задания по теме «Типовые способы решения кризисных ситуаций в спорте посредством методов PR»	5
5	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100

Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Б1.В.06.ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ PR В СФЕРЕ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): 5,6 семестры – очная форма обучения; 7,8 семестры – заочная форма обучения

3. Цели освоения дисциплины (модуля):

Целями освоения дисциплины являются:

– овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими умениями по организации отдела по связям с общественностью в сфере физической культуры;

– обучение студентов теоретическим основам технологий по связям с общественностью, ознакомление с тенденциями, новыми эффективными идеями и различными приемами в области связей с общественностью;

– выработка первых практических навыков эффективного использования PR технологий в сфере спорта и физической культуры.

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя	5,6		7,8

	из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	5,6		7,8
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	5,6		7,8
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	5,6		7,8
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	5,6		7,8
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	5,6		7,8
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	5,6		7,8
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	5,6		7,8
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	5,6		7,8
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	5,6		7,8
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	5,6		
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и реклам	5,6		7,8
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	5,6		7,8
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	5,6		7,8
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	5,6		
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5,6		7,8
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	5,6		7,8

	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	5,6		7,8
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	5,6		7,8
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	5,6		7,8
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	5,6		7,8
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	5,6		
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5,6		7,8
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	5,6		7,8
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	5,6		7,8
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR- деятельности организации.	5,6		7,8
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	5,6		
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5,6		7,8
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5,6		7,8
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5,6		7,8

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	10	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	5	2	4	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	2	4	10	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	5	2	4	12	-	
6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	5	2	4	12	-	
Итого – 108 часа:			18	26	64		зачет
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	6	2	4	8	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	6	2	2	8	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	6	4	6	8	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	6	4	4	8	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	6	4	6	8	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	6	4	6	11	-	
Итого 108 часов:			20	28	51	9	экзамен
Итого часов – 216			38	54	115	9	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	7	0,5		8	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	7	0,5	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	7	0,5	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	7	0,5	2	10	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	7	1	2	10	-	
6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	7	1	2	10	-	
Итого – 72 часа			4	10	58		зачет
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	8	0,5		10	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	8	0,5	2	10	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	8	0,5	2	20	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	8	0,5	2	20	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	8	1	2	20	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	8	1	2	41	-	
Итого 144 часа			4	10	121	9	экзамен
Итого часов – 216:			8	20	179	9	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных
проблем**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.07 РЕПУТАЦИОННЫЙ PR В СФЕРЕ СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:

42.03.01–Реклама и связи с общественностью

(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022,2023,2024,2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Мысенко Галина Владимировна—к.п.н., доцент, доцент кафедры рекламы,
связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Репутационный PR в сфере спорта» является:изучение понятий репутации и имиджа применительно к спорту как важнейших аспектов работы PR-службы, технологии создания репутации, обучение студентов навыкам управления репутацией.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Репутационный PR в сфере спорта» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, и читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 6 семестре, по заочной форме обучения – на четвертом курсе в 8 семестре.

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриатаГуманитарного институтаРГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов как «Теория и практика связей с общественностью», «Брендинг в сфере спорта», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Репутационный PR в сфере спорта», будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Основы деятельности спортивной пресс-службы».

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	<i>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</i>	6		8
УК-2.1	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	6		8
УК-2.2	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	6		8
УК-2.3	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6		8
ПК-2	<i>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</i>	6		8
ПК-2.1	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	6		8
ПК-2.2	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	6		8
ПК-2.3	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	6		8
ПК-3	<i>Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</i>	6		8
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	6		8
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	6		8
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	6		8

ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	6		8
ПК-4.1	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	6		8
ПК-4.2	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	6		8
ПК-4.3	Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании	6		8
ПК-4.4	Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR- деятельности организации	6		8
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта	6		8
ПК-5.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	6		8
ПК-5.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	6		8
ПК-5.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	6		8

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы, 108 академических часов**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основные понятия курса	6	2	2	4	-	
2	Тема 2. Репутация в системе социального взаимодействия	6	2	2	4	-	
3	Тема 3. Основные репутационные характеристики	6	2	4	4	-	
4	Тема 4. Исследование репутации	6	2	4	8	-	

5	Тема 5. Репутационные стратегии	6	2	4	6	-	
6	Тема 6. Технологии репутационного PR	6	4	4	6	-	
7	Тема 7. Репутационный PR в кризисных ситуациях.	6	4	4	8	-	
8	Тема 8. Специфика репутационного PR в спорте	6	2	4	11	-	
Итого часов: 108			20	28	51	9	экзамен

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основные понятия курса	8	1	-	6	-	
2	Тема 2. Репутация в системе социального взаимодействия	8	-	1	6	-	
3	Тема 3. Основные репутационные характеристики	8	1	1	6	-	
4	Тема 4. Исследование репутации	8	-	1	6	-	
5	Тема 5. Репутационные стратегии	8	-	1	6	-	
6	Тема 6. Технологии репутационного PR	8	1	1	15	-	
7	Тема 7. Репутационный PR в кризисных ситуациях.	8	1	1	20	-	
8	Тема 8. Специфика репутационного PR в спорте	8	-	2	22	-	
Итого часов: 108			4	8	87	9	экзамен

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Экзамен

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

- 1.Понятия «гудвилл», «бедвилл»: социальный и экономический аспекты.
- 2.Понятия «репутация», «имидж». Сущность, общая характеристика.
- 3.Проблема взаимосвязи понятий «репутация» и «имидж».
- 4.Репутация как форма социального взаимодействия.
- 5.Репутация организации как нематериальный капитал.
- 6.Репутационный менеджмент как часть корпоративного PR.
- 7.Основные направления процесса репутационного менеджмента.
- 8.Виды репутации.
- 9.Репутационные аудитории.
- 10.Сочетание ценностей аудитории с корпоративным имиджем.
- 11.Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий.
- 12.PR как средство формирования имиджа и репутации.
- 13.Методы исследования репутации.
- 14.Анализ репутации как оценка нематериальных активов.
- 15.Репутационный аудит.
- 16.Измерение корпоративной репутации.
- 17.Критические компоненты репутации.
- 18.Описание репутационных характеристик.
- 19.Факторы формирования репутации.
- 20.Репутационные инвестиции.
- 21.Носители репутации.
- 22.Основные репутационные стратегии.
- 23.Выбор репутационной стратегии.
- 24.Технологические приемы и методы формирования деловой репутацией.
- 25.Управление репутацией организации.

26. Кризис и антикризисные коммуникации.
27. Сущность и методы антикризисного репутационного PR.
28. Этапы разработки антикризисной репутационной политики организации.
29. Кризисный план коммуникаций.
30. Основные средства воздействия на целевую аудиторию репутационного PR.
31. Управление кризисными ситуациями в спортивной организации.
32. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
33. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях.
34. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций.
35. Практика управления репутацией компании во время кризиса.
36. Интернет и репутация в благоприятный и кризисный периоды.
37. Спорт как товар.
38. Особенности PR в спорте.
39. Работа со СМИ в спортивных организациях.
40. Роль event-технологий в репутационном PR в сфере спорта.
41. Имидж и репутация спортсмена.
42. Защита репутации спортсмена / спортивной команды.
43. Допинговые скандалы как угроза репутации.
44. Стратегии формирования имиджа спортивной организации.
45. Управление имиджем и формирование репутации в российских спортивных организациях.
46. Управление имиджем и формирование репутации в зарубежных спортивных организациях.
47. Репутационный менеджмент в работе спортивных организаций.
48. Репутация организаций по производству и продаже товаров для спорта.
49. Спортивная репутация страны.
50. Олимпийское движение как часть репутационного PR страны.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Файншмидт, Е. А. Антикризисный PR : учебно-практическое пособие / Е. А. Файншмидт, Т. В. Юрьева, Б. В. Кузнецов. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 118 с. – https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=90674

а) Дополнительная литература:

1. Маркетинг спорта=The Marketing of Sport / ред. Д. Бич, С. Чедвик, Ю. Быстрова ; пер. В. Башкирова и др. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 706 с.: схем., табл. - ISBN 978-5-9614-1095-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428025>

2. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей / А.Н. Чумиков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6019-5 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635>

3. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 272 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02075-9 [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896>.

В) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Public Relations в Российском контексте – информационная система. - <https://www.pr-info.ru/>

2. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. - <https://raso.ru/>

3. Спортивный портал. - <http://www.sport.ru/>

4. Чемпионат.com (новости спорта). - <http://www.championat.com/>

Г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1)Операционная система – Microsoft Windows 10;

2)Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;

3)Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;

4)Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- современные профессиональные базы данных и информационные

Электронные библиотечные системы:

1) Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1) Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>

2) Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система (infosport.ru)

3) Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru)

4) Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система

5) Федеральный портал Российское образование – информационная система (edu.ru)

6) Библиотека «Куб» (www.koob.ru).

профессиональные базы данных:

- 1) Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru)
- 2) Reputation Capital Group - <https://reputationcapital.blog/>
- 3) POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе)
<http://powerbranding.ru/books/>
- 4) Ассоциация креативных агентств России (АКАР) -
<https://www.akarussia.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.07, Репутационный PR в сфере спорта» для обучающихся Гуманитарного института 3 курса и 4 курса обучения направления подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): по очной форме – 6 семестр,

по заочной форме – 8 семестр

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Тест по теме 1 «Основные понятия курса».	24 неделя	5
2	Выполнение практического задания №1 (Разработка миссии организации) по теме 3 «Основные репутационные характеристики»	28 неделя	10
3	Выполнение практического задания №2 (Оценка репутации методом пресс-рейтинга) по теме 4 «Исследование репутации»	31 неделя	10
4	Презентация по теме 4 «Основные репутационные характеристики» или по теме 5 «Репутационные стратегии» (по выбору студента)	33 неделя	5
5	Выполнение практического задания №3 (Мониторинг репутации в сети Интернет) по теме 6 «Технологии репутационного PR»	36 неделя	10
6	Выполнение практического задания №4 (Разработка антикризисной программы) по теме 6 «Репутационный PR в кризисных ситуациях»	38 неделя	10
7	Выполнение практического задания №5 (Разработка информационных материалов для антикризисной программы) по теме 6 «Репутационный PR в кризисных ситуациях»	40 неделя	5
8	Выполнение практического задания №6 (Создание и расширение спортивных брендов) по теме 6 «Специфика репутационного PR в спорте»	42 неделя	5

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

9	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого		70 баллов
	Экзамен		30
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме 1 «Основные понятия курса»	5
2	Эссе по теме, пропущенной студентом	5
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	10
4	Презентация по теме «Репутационный PR в кризисных ситуациях» (на примере по выбору студента)	10
5	Выполнение практического задания №7 («Защита персональной репутации в спорте») по теме «Специфика репутационного PR в спорте»	15

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.В.07, РЕПУТАЦИОННЫЙ PR В СФЕРЕ СПОРТА»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01–Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля)составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

2.Семестры освоения дисциплины (модуля):по очной форме обучения - бсеместр, по заочной форме обучения – 8 семестр.

3.Цель освоения дисциплины (модуля): изучение понятий репутации и имиджа применительно к спорту как важнейших аспектов работы PR-службы, технологии создания репутации, обучение студентов навыкам управления репутацией.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	<i>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</i>	6		8
УК-2.1	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	6		8
УК-2.2	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	6		8
УК-2.3	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6		8
ПК-2	<i>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</i>	6		8
ПК-2.1	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	6		8
ПК-2.2	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации	6		8

	коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности			
ПК-2.3	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	6		8
ПК-3	<i>Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</i>	6		8
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	6		8
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	6		8
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	6		8
ПК-4	<i>Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</i>	6		8
ПК-4.1	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	6		8
ПК-4.2	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	6		8
ПК-4.3	Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании	6		8
ПК-4.4	Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации	6		8
ПК-5	<i>Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта</i>	6		8
ПК-5.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	6		8
ПК-5.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	6		8
ПК-5.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	6		8

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы, 108 академических часов**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основные понятия курса	6	2	2	4	-	
2	Тема 2. Репутация в системе социального взаимодействия	6	2	2	4	-	
3	Тема 3. Основные репутационные характеристики	6	2	4	4	-	
4	Тема 4. Исследование репутации	6	2	4	8	-	
5	Тема 5. Репутационные стратегии	6	2	4	6	-	
6	Тема 6. Технологии репутационного PR	6	4	4	6	-	
7	Тема 7. Репутационный PR в кризисных ситуациях.	6	4	4	8	-	
8	Тема 8. Специфика репутационного PR в спорте	6	2	4	11	-	
Итого часов:		108	20	28	51	9	экзамен

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основные понятия курса	8	1	-	6	-	
2	Тема 2. Репутация в системе социального взаимодействия	8	-	1	6	-	
3	Тема 3. Основные репутационные характеристики	8	1	1	6	-	
4	Тема 4. Исследование репутации	8	-	1	6	-	
5	Тема 5. Репутационные стратегии	8	-	1	6	-	
6	Тема 6. Технологии репутационного PR	8	1	1	15	-	

7	Тема 7. Репутационный PR в кризисных ситуациях.	8	1	1	20	-	
8	Тема 8. Специфика репутационного PR в спорте	8	-	2	22	-	
Итого часов: 108			4	8	87	9	экзамен

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра Государственного управления и молодежной политики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры Государственного управления и молодежной политики
Протокол № 1 от «06» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
Государственного управления и молодежной политики кафедры
Протокол № __ от «__» _____ 202 г.

Составитель:

Качулина Наталья Николаевна - ст.преподаватель кафедры Истории и управления инновационным развитием молодежи РГУФКСМиТ

Рецензент:

Титова Галина Сергеевна – к.п.н., доцент кафедры Истории и управления инновационным развитием молодежи РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта»: формирование целостного представления о современных технологиях организации волонтерской работы в молодежной среде.

Дисциплина реализуется на русском языке

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.08. Изучение дисциплины базируется на логической и содержательно-методической взаимосвязи с ранее изучаемыми дисциплинами: Основы психологии, Основы права, Основы социологии, Цифровые коммуникации и информационные технологии, Имиджелогия. Изучение данной дисциплины может быть использовано для дальнейшего изучения таких дисциплин как: Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе, Менеджмент межкультурных взаимодействий, Основы медиапланирования, Принципы и технологии создания рекламного продукта, а также при выборе тем курсовых работ.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	4		3
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	4		3
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	4		3

	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	4		3
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	4		3
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	4		3
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	4		3
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	4		3
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	4		3
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	4		3
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	4		3
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования	4		3

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	История организации волонтерской деятельности в России.	4		2	2		

2.	История международных волонтерских организаций.	4		2	2		
3.	Взаимосвязь государственной социальной политики, молодежной политики и волонтерской деятельности.	4		2	2		
4.	Нормативно-правовые основания волонтерской деятельности.	4	2		4		
5.	Взаимодействие с государственными и общественными организациями.	4		2	2		
6.	Личность волонтера.	4		2	2		
7.	Некоммерческие неправительственные организации в системе волонтерской деятельности.	4		2	2		
8.	Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах.	4		2	2		
9.	Технологии организации волонтерской деятельности.	4		2	2		
10.	Управление волонтерской организацией	4	2		4		
11.	Социальные технологии в волонтерской деятельности.	4	2		2		
12.	Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности.	4	2		4		
13.	Направления волонтерской деятельности в России.	4		2	2		
14.	Современные волонтерские проекты в России и странах мира.	4	2		4		
15.	Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении.	4		2	2		
16.	Перспективы развития волонтерской деятельности в России.	4		2	2		
							курсовой проект*
Итого часов:72			10	22	40		Зачет

* - форма контроля "курсовой проект" реализуется с 2024 года набора

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	История организации волонтерской деятельности в России.	3		2	4		
2.	История международных волонтерских организаций.	3			4		
3.	Взаимосвязь государственной социальной политики, молодежной политики и волонтерской деятельности.	3			4		
4.	Нормативно-правовые основания волонтерской деятельности.	3			4		
5.	Взаимодействие с государственными и общественными организациями.	3			4		
6.	Личность волонтера.	3			4		
7.	Некоммерческие неправительственные организации в системе волонтерской деятельности.	3			4		
8.	Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах.	3			4		
9.	Технологии организации волонтерской деятельности.	3		1	4		
10.	Управление волонтерской организацией	3		1	4		
11.	Социальные технологии в волонтерской деятельности.	3			4		
12.	Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности.	3	2		4		
13.	Направления волонтерской деятельности в России.	3			4		
14.	Современные волонтерские проекты в России и странах мира.	3			4		
15.	Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении.	3			5		
16.	Перспективы развития волонтерской деятельности в России.	3			5		
							курсовой проект*
Итого часов: 72			2	4	66		Зачет

* - форма контроля "курсовой проект" реализуется с 2024 года набора

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Вопросы к зачету

1. Взаимодействие некоммерческих негосударственных организаций и территориальных органов власти при реализации волонтерских проектов.
2. Влияние ценностных представлений о социальной культуре, социальной помощи, социальной защите, социальной ответственности на уровни, формы и методы волонтерской деятельности.
3. Возникновение волонтерства (добровольчества) как самостоятельного вида деятельности.
4. Возникновение негосударственных некоммерческих организаций как форм общественного самоуправления.
5. Волонтерская деятельность в области физической культуры и здоровья населения.
6. Волонтерская деятельность в различных учреждениях: ее специфика и основные задачи.
7. Волонтерская деятельность в сфере занятости.
8. Волонтерская деятельность и проблемы развития общества.
9. Волонтерская деятельность как показатель развития правового государства.
10. Волонтерская деятельность как процесс.
11. Волонтерская деятельность как система.
12. Волонтерская деятельность как форма работы с молодежью.
13. Государственная поддержка волонтерской деятельности.
14. Задачи волонтерской деятельности.
15. Законы, нормативные акты.
16. Значение опыта волонтерской деятельности в зарубежных странах для развития волонтерской деятельности в России.
17. История и виды социальной помощи и добровольчества в России.
18. Категориальный аппарат волонтерской деятельности.
19. Классификация категорий волонтерской деятельности.
20. Классификация методов по объектам, субъектам и направлениям волонтерской деятельности.
21. Конкурсы социально-значимых проектов как формы развития волонтерской деятельности в России.
22. Личные и профессиональные качества волонтера.
23. Метод индивидуальной работы; метод групповой работы; метод работы в общине.
24. Методологические, организационные, психологические, социальные и политические принципы организации волонтерской деятельности.

25. Наиболее острые вопросы волонтерской деятельности в РФ.
26. Национально-региональные компоненты содержания организации волонтерской деятельности.
27. Общественные нормы и ценности - важнейшие факторы, определяющие содержание и направления волонтерской деятельности.
28. Общие и частные технологии социальной работы в волонтерской деятельности.
29. Объект и субъект волонтерской деятельности.
30. Определение социальной политики.
31. Определения предметной области волонтерской деятельности.
32. Организация волонтерской деятельности в Великобритании.
33. Организация волонтерской деятельности в Скандинавских странах.
34. Основные международные волонтерские организации
35. Основные направления деятельности некоммерческих неправительственных организаций.
36. Основные направления подготовки специалистов по волонтерской деятельности.
37. Основные правовые понятия, используемые в волонтерской деятельности.
38. Основные принципы социальной.
39. Особенности волонтерской деятельности в США и Канаде.
40. Особенности волонтерской деятельности во Франции и странах Бенилюкс.
41. Особенности и цели международного волонтерского движения.
42. Особенности использования социальных технологий при работе с различными группами волонтеров.
43. Подходы к определению понятия «волонтерская деятельность и добровольчество».
44. Понятие об уровнях и формах волонтерской деятельности.
45. Понятие общественных норм и ценностей.
46. Понятие социальных технологий.
47. Правовое обеспечение деятельности некоммерческих неправительственных организаций.
48. Проблемы волонтерской деятельности в различных регионах России.
49. Развитие благотворительности и попечительства как основных инструментов российского добровольчества.
50. Развитие волонтерской деятельности как самостоятельного вида деятельности.
51. Развитие добровольческого движения в молодежной среде.
52. Роль некоммерческих неправительственных организаций в волонтерской деятельности.
53. Связь волонтерской деятельности и государственной молодежной политики.
54. Система социальной работы и добровольчества в СССР.
55. Содержательные характеристики социальной коммуникации.
56. Социальная работа, социальная защита и волонтерская деятельность Германии.

57. Социальная Факторы, определяющие специфику волонтерской деятельности.
58. Специфика волонтерской деятельности.
59. Специфика использования коммуникативных методов в социальных технологиях.
60. Специфические задачи, решаемые международными волонтерами.
61. Становление и развитие системы общественного призрения.
62. Сущность правовых основ волонтерской деятельности.
63. Участие некоммерческих неправительственных организаций в подготовке и реализации целевых программ по волонтерской деятельности.
64. Федеральные и региональные программы по развитию волонтерской деятельности.
65. Формы и методы реализации волонтерской деятельности.
66. Функции волонтерской деятельности в современном обществе.
67. Цели и ценности волонтерской деятельности.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Баркунова, О.В. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности : учебное пособие / И.В. Кузьменко; О.В. Баркунова .— Шуя : Издательство Шуйского филиала ИвГУ, 2021 .— 152 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/783936/info>

2. Певная, М. В. Управление волонтерством: международный опыт и локальные практики : монография / М. В. Певная ; под научной редакцией Г. Е. Зборовского. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с. Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-volonterstvom-mezhdunarodnyy-opyt-i-lokalnye-praktiki-515779>

б) дополнительная литература:

1. Основы волонтерской деятельности : учебное пособие : [16+] / С. Л. Балова, И. А. Безденежных, Е. Водолеева [и др.] ; под ред. И. А. Фирсовой, Р. К. Крайневой ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — Москва : Прометей, 2020. — 215 с. Режим доступа : https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=612085

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Российский союз молодежи - <http://www.ruy.ru/>
2. Национальный совет молодежных и детских объединений России - <http://www.youthrussia.ru/>
3. Молодая Гвардия Единой России - www.molgvardia.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю),

включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*
- Операционная система – Microsoft Windows 10;
- Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
- Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.
- *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. Национальный цифровой ресурс РУКОНТ - межотраслевая электронная библиотека (ЭБС) на базе технологии Контекстум (<https://rucont.ru/>)
2. Образовательная платформа (ЭБС) "ЮРАЙТ" (<https://urait.ru/>)
3. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" (<https://biblioclub.ru/>)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Министерство спорта Российской Федерации: Документы
<https://minsport.gov.ru/documents/?page=1&text=>
2. Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система - informio.ru
3. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.RU -
https://elibrary.ru/project_user_tools.asp

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (<https://www.informio.ru/>)
2. DOBRO.RU | Крупнейшая платформа для добрых дел (<https://dobro.ru>)
3. Мосволонтер (<https://mosvolonter.ru/>)
4. Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь) (<https://fadm.gov.ru/>)
5. Официальный интернет-портал правовой информации: Официальное опубликование правовых актов <http://pravo.gov.ru/>
6. Ассоциация коммуникационных агентств России – информационная система - <https://www.akarussia.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных¹ и (или) групповых² консультаций комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

Приложения к рабочей программе дисциплины

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

***по дисциплине (модулю) «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта»
для обучающихся Гуманитарного института 2 курса, направления подготовки/ специальности 42.03.01 –Реклама и связи с общественностью
профиль Спортивная реклама и PR
очной и заочной форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Государственного управления и молодежной политики

Сроки изучения дисциплины (модуля): 4 семестр очной и 3 семестр заочной формы обучения

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

¹ Указываются при наличии индивидуальных консультаций в учебной нагрузке по дисциплине (модулю), в том числе при руководстве курсовыми работами

² Указываются при наличии экзамена по дисциплине (модулю)

Очная форма обучения

№	Формооценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ³	Максимальное кол-во баллов
1	Выступление на семинаре «История организации волонтерской деятельности в России»	26неделя	5
2	Презентация по теме «История международных волонтерских организаций»	28 неделя	10
3	Выступление на семинаре «Личность волонтера»	30 неделя	5
4	Тест по теме «Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах»	32 неделя	5
5	Выступление на семинаре «Технологии организации волонтерской деятельности»	34 неделя	5
6	Выполнение практического задания №1 по теме «Социальные технологии в волонтерской деятельности»	39неделя	5
7	Выступление на семинаре «Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности»	40 неделя	5
8	Выступление на семинаре «Направления волонтерской деятельности в России»	41 неделя	5
9	Презентация по теме «Современные волонтерские проекты в России и странах мира»	42 неделя	10
10	Посещение занятий	В течение семестра	25
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

Заочная форма обучения

№	Формооценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на заочной форме обучения (в неделях) ⁴	Максимальное кол-во баллов
1	Выступление на семинаре «История организации волонтерской деятельности в России»		18
2	Презентация по теме «История международных волонтерских организаций»		10
3	Тест по теме «Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах»		8
4	Выступление на семинаре «Технологии организации волонтерской деятельности»		18
5	Посещение занятий	В течение семестра	26
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

³ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

⁴ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	<i>Выступление на семинаре «История организации волонтерской деятельности в России», пропущенном студентом</i>	5
3	<i>Презентация по теме «История международных волонтерских организаций»</i>	10
4	<i>Презентация по теме «Анализ развития волонтерской деятельности в зарубежных странах»</i>	10
5	<i>Тест по теме «Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах»</i>	5
6	<i>Выступление на семинаре «Технологии организации волонтерской деятельности», пропущенном студентом</i>	5
7	<i>Презентация по теме «Современные волонтерские проекты в России и странах мира»</i>	10
8	<i>Выступление на семинаре «Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении», пропущенном студентом</i>	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Если дисциплина (модуль) изучается в течение всего учебного года без наличия в период промежуточной аттестации зачёта/дифференцированного зачета/экзамена в конце семестра, то в информационной справке может приводиться одна таблица на весь учебный год. Количество баллов за весь учебный год составляет 100 баллов. В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Если дисциплина (модуль) проходит в течение всего учебного года с промежуточной аттестацией в каждом семестре, то в информационной справке приводятся отдельно две таблицы с видами текущего контроля успеваемости (отдельно на каждый семестр). Количество баллов за каждый семестр составляет 100 баллов.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра Государственного управления и молодежной политики

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.08 «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере
физической культуры и спорта»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 –
Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет 4 зачетные единицы.
2. **Семестр(ы) освоения дисциплины:** 4 семестр очной и 3 заочной форм обучения.
3. **Цель освоения дисциплины:** формирование целостного представления о современных технологиях организации волонтерской работы.
4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:**

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	4		3
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	4		3
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	4		3
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	4		3
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	4		3
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	4		3
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	4		3
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	4		3
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	4		3

	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	4		3
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	4		3
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования	4		3

5. Краткое содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	История организации волонтерской деятельности в России.	4		2	2		
2.	История международных волонтерских организаций.	4		2	2		
3.	Взаимосвязь государственной социальной политики, молодежной политики и волонтерской деятельности.	4		2	2		
4.	Нормативно-правовые основания волонтерской деятельности.	4	2		4		
5.	Взаимодействие с государственными и общественными организациями.	4		2	2		
6.	Личность волонтера.	4		2	2		
7.	Некоммерческие неправительственные организации в системе волонтерской деятельности.	4		2	2		
8.	Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах.	4		2	2		
9.	Технологии организации волонтерской деятельности.	4		2	2		
10.	Управление волонтерской организацией	4	2		4		
11.	Социальные технологии в волонтерской деятельности.	4	2		2		

12.	Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности.	4	2		4		
13.	Направления волонтерской деятельности в России.	4		2	2		
14.	Современные волонтерские проекты в России и странах мира.	4	2		4		
15.	Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении.	4		2	2		
16.	Перспективы развития волонтерской деятельности в России.	4		2	2		
							курсовой проект*
Итого часов:72			10	22	40		Зачет

* - форма контроля "курсовой проект" реализуется с 2024 года набора

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	История организации волонтерской деятельности в России.	3		2	4		
2.	История международных волонтерских организаций.	3			4		
3.	Взаимосвязь государственной социальной политики, молодежной политики и волонтерской деятельности.	3			4		
4.	Нормативно-правовые основания волонтерской деятельности.	3			4		
5.	Взаимодействие с государственными и общественными организациями.	3			4		
6.	Личность волонтера.	3			4		
7.	Некоммерческие неправительственные организации в системе волонтерской деятельности.	3			4		
8.	Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах.	3			4		
9.	Технологии организации волонтерской деятельности.	3		1	4		

10.	Управление волонтерской организацией	3		1	4		
11.	Социальные технологии в волонтерской деятельности.	3			4		
12.	Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности.	3	2		4		
13.	Направления волонтерской деятельности в России.	3			4		
14.	Современные волонтерские проекты в России и странах мира.	3			4		
15.	Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении.	3			5		
16.	Перспективы развития волонтерской деятельности в России.	3			5		
							курсовой проект*
Итого часов: 72			2	4	66		Зачет

* - форма контроля "курсовой проект" реализуется с 2024 года набора

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Реклама и связи с общественностью в СМИ»**

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022,2023,2024,2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована

Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы,
связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» является формирование у студентов основ и первичных практических навыков по методологии, методике и технологии управления проектами социально-экономического характера; методам функционального и процессного управления; организации исполнения проектов; владение технологией социально-культурного проектирования, содержание которой составляет компетентный анализ конкретной ситуации. В программе курса предусмотрены разработка и реализация проектов и программ, оптимизирующих основные составляющие человеческой жизнедеятельности в сфере физической культуры и спорта.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Курс «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» способствует формированию знаний и навыков, необходимых для работы будущего специалиста в области рекламных и PR-коммуникаций.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR», определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование в процессе обучения профессиональных знаний о методах и технологиях создания и PR-сопровождения социального проекта в сфере физической культуры и спорта.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным, в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данного курса является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального, экономического, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное)

¹ Заполняется при наличии ускоренного обучения.

1	2	3	4	5
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контексте				
Начальный этап УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8	10	
Продвинутый этап УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	8	10	
Завершающий этап УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	8	10	
ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1 Начальный этап	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	8	10	
ПК-2.2. Продвинутый этап	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	8	10	
ПК-2.3. Завершающий этап	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	8	10	
ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 Начальный этап	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	8	10	
ПК-3.2. Продвинутый этап	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	8	10	
ПК-3.5.	Осуществляет тактическое планирование			

	мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
ПК-3.3. Завершающий этап	Владеет инструментами медиапланирования	8	10	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел I. Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте.	8	4	4	12		
2	Раздел II. Инструменты социального проектирования.	8	4	4	20		
3	Раздел III. Проектная деятельность. Государственно-частное партнерство в социально-спортивных проектах. Социальные проекты в сфере спорта с предоставлением публичных услуг.	8	4	6	20		
4	Раздел IV. Социальные проекты и социальные инновации по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта..	8	4	6	20		
Итого часов:108			16	20	72		Зачет

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел I. Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте.	8	1	2	24		
2	Раздел II. Инструменты социального проектирования.	8	1	2	24		
3	Раздел III. Проектная деятельность. Государственно-частное партнерство в социально-спортивных проектах. Социальные проекты в сфере спорта с предоставлением публичных услуг.	8	1	2	24		
4	Раздел IV. Социальные проекты и социальные инновации по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта..	8	1	2	24		
Итого часов: 108			4	8	96		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Зачет.

Вопросы к зачету.

1. Принципы разработки социальных проектов и требования к социальным проектам
2. Миссия, стратегия проекта. Цели и проблемы проекта.
3. Жизненный цикл проекта, его фазы и их содержание.
4. Внешняя среда социального проектирования.
5. Управление проектом и человеческий фактор.
6. Состав участников проекта, их функции, полномочия и ответственность.
7. Роль информации в разработке проекта. Культурный аспект управления проектом.

8. Проектный менеджмент и управление по результатам.
9. Изменения и их роль в управлении проектом.
10. Специфика социального проектирования.
11. Типовой процесс управления областью знаний (функциональной областью) проекта.
12. Документы управления проектом.
13. Классическая организация проекта. Шаги проектирования.
14. Способы снижения проектного риска: диверсификация, страхование и самострахование, хеджирование, введение лимитов и др.
15. Общие принципы контроля выполнения проекта.
16. Концепция социального проекта на основе изучения общественного мнения.
17. Связь социального проектирования со стратегическим планированием развития территории.
18. Современные инструменты социального проектирования.
19. Проектирование на основе стратегического анализа.
20. Анализ ресурсов и потенциала.
21. Институциональные элементы в социальном проектировании и социальное прогнозирование.
22. Интересы участников проекта и особенности стимулирования их деятельности.
23. Фандрайзинг в социальном проектировании.
24. Управление заинтересованными сторонами.
25. Определение результатов и методов их оценки.
26. Сущность и специфика фандрайзинга для социального проекта.
27. Роль личностных и организационных компетенций в фандрайзинге.
28. Политики, программы и проекты как части системы управления развитием, изменениями.
29. Функции управления государственными и муниципальными программами и проектами и основные проблемные вопросы их выполнения исполнительными органами.
30. Ресурсы проекта и формирование подсистем управления ими.
31. Экспертиза проекта. Источники финансирования проекта.
32. Национальные и региональные проекты.
33. Государственные и муниципальные организации как бенефициарии.
35. Система публичных заказов и заданий.
36. Назначение государственных и муниципальных организаций в исполнении проектов.
37. Проектирование системы государственных и муниципальных организаций как бенефициариев.
38. Функции и услуги государственных и муниципальных организаций.
39. Социальные проекты и социальные инновации. Публичные услуги и общественные блага.
40. Государственные услуги, муниципальные услуги, социальные услуги, публичные услуги: соотношение понятий.
41. Роль социального проектирования в развитии системы общественных благ.
42. Публичные организации как поставщики социальных услуг.
43. Социально ориентированные некоммерческие организации.
44. Понятие концепции социального проекта.
45. Оценка эффективности и качества предоставления публичных услуг.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Натарова, О. В. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие /А. В. Наумова; О. В. Натарова .— Малаховка: МГАФК, 2020.- 70 с. <https://lib.rucont.ru/efd/780898/info>
2. Технология социальной работы: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Пристupa [и др.] ; под редакцией Е. Н. Пристupy. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 465 с. <https://urait.ru/book/tehnologiya-socialnoy-raboty-531082>
3. Социальная реклама : учебное пособие / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Вернадская, Т. А. Костылева [и др.]; под ред. Л. М. Дмитриевой. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 272 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685152>
4. Королева, К. Ю. Проектная деятельность специалиста по социальной работе: учебное пособие: / К. Ю. Королева ; под ред. О. А. Волковой. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. — 81 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576155>
5. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я : практическое пособие: / Р. Ньютон ; ред. М. Савина ; пер. с англ. А. Кириченко. — 7-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 180 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81655>

б) Дополнительная литература:

1. Мозговая, Е. И. Теория и методика социальной работы: учебное пособие: / Е. И. Мозговая, Д. А. Кулабухов; под ред. О. А. Волковой. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. — 97 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=596028>
2. Современные технологии социальной работы : учебное пособие / А. В. Старшинова, С. Н. Панкова, Е. Б. Архипова [и др.] ; под общ. ред. А. В. Старшиновой; Уральский федеральный университет: Издательство Уральского университета, 2019. — 171 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697550>
3. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере : учебное пособие: / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016. — 92 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622>
4. Социальное проектирование в образовании и практике социальной работы: учебное пособие / А. В. Старшинова, Е. Б. Архипова, Н. С. Смолина [и др.]; под общ. ред. А. В. Старшиновой; Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2018. — 163 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696211>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Официальный сайт Государственной Думы <http://www.duma.gov.ru/>
2. Официальный сайт Президента РФ <http://www.kremlin.ru/>
3. Официальный сайт Правительства РФ <http://www.government.gov.ru/>
4. 5.Официальный портал административной реформы <http://ar.economy.gov.ru>
5. 7. Расширение для социальных проектов <http://family-ridder.kz/download/ESUP.pdf>
6. Социальная реклама: информационно-аналитический портал <https://www.socreklama.ru/>
Режим доступа: свободный

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

—программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\).](http://urait.ru)
2. [Электронная библиотечная система «Руко́нт» \(lib.rucont.ru\).](http://lib.rucont.ru)
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. [Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система.](#)
2. Журнал «Реклама: теория и практика». - <http://www.grebennikoff.ru/product/8/>
3. "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>
4. [Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](#)
5. [Public Relations в Российском контексте – информационная система \(pr-info.ru\)](#)
6. [Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система \(raso.ru\)](#)
7. [Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система \(infosport.ru\)](#)
8. Федеральный портал Российское образование – информационная система <https://edu.ru/>
9. [Библиотека «Куб» \(www.koob.ru\).](http://www.koob.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Sostav.ru Независимый проект брендингового агентства Depot. - <https://www.sostav.ru/>
2. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. - <https://adindex.ru/about.phtml>. - <https://adindex.ru/>
3. Ассоциация креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>
4. [Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](#)

5. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» для студентов Гуманитарного института 4 курса, обучающихся по направлению подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью», профилю «Спортивная реклама и PR», бакалавриат, форма обучения: очно/заочная

2022 год набора

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Ведущий преподаватель: *Протасова Надежда Вадимовна*

Сроки изучения дисциплины:

Очная форма обучения - *8 семестр*;

Заочная форма обучения - *10 семестр*;

Форма промежуточного контроля: *зачет*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по разделу (модулю) «Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте».		5
2	Презентация по теме: «Проектный менеджмент: определения, компоненты, компетенции, процессы».		5
3	Выступление на семинаре: «Социальные проекты в спорте: особенности, правовые основы, требования, принципы разработки, жизненный цикл»		5
4	Выполнение практического задания №1 по разделу «Концепция социального проекта. Техника и методы планирования, организации и контроля проектов»		5
5	Управляемая дискуссия на тему: «Социальный проект как технология социальной работы»		15
6	Выступление на семинаре: «Матрица идей как метод социального проектирования»		5
7	Презентация по теме: «Фандрайзинг в социальном проектировании»		5
8	Доклад по теме: «Волонтерское движение как социальный проект»		5
9	Выступление на семинаре: «Социальные проекты как вклад в развитие социально-спортивной среды района: молодежная социальная инициатива».		5
10	Тестирование по пройденному материалу		5
11	Написание реферата (по выбранной теме)		10
12	Посещение занятий	В течение семестра	10
13	Зачет		20
14	ИТОГО:		100 баллов

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных
проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере
физической культуры и спорта»**
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора: 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва- 2021

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля):

Для очной формы обучения - 8 семестр;

Для заочной формы обучения – 10 семестр

3. Цель освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» является формирование у студентов основ и первичных практических навыков по методологии, методике и технологии управления проектами социально-экономического характера; методам функционального и процессного управления; организации исполнения проектов; владение технологией социально-культурного проектирования, содержание которой составляет компетентный анализ конкретной ситуации. В программе курса предусмотрены разработка и реализация проектов и программ, оптимизирующих основные составляющие человеческой жизнедеятельности в сфере физической культуры и спорта.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

5.

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	форма обучения (ускоренное ²)
1	2	3	4	5
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контексте				
Начальный этап УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8	10	
Продвинутый этап УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	8	10	

² Заполняется при наличии ускоренного обучения.

Завершающий этап УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	8	10	
ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1 Начальный этап	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	8	10	
ПК-2.2. Продвинутой этап	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	8	10	
ПК-2.3. Завершающий этап	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	8	10	
ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 Начальный этап	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампаний.	8	10	
ПК-3.2. Продвинутой этап	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	8	10	
ПК-3.5.	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
ПК-3.3. Завершающий этап	Владеет инструментами медиапланирования	8	10	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел I. Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте.	8	4	4	12		
2	Раздел II. Инструменты социального проектирования.	8	4	4	20		
3	Раздел III. Проектная деятельность. Государственно-частное партнерство в социально-спортивных проектах. Социальные проекты в сфере спорта с предоставлением публичных услуг.	8	4	6	20		
4	Раздел IV. Социальные проекты и социальные инновации по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта..	8	4	6	20		
Итого часов:108			16	20	72		Зачет

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел I. Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте.	8	1	2	24		

2	Раздел II. Инструменты социального проектирования.	8	1	2	24		
3	Раздел III. Проектная деятельность. Государственно-частное партнерство в социально-спортивных проектах. Социальные проекты в сфере спорта с предоставлением публичных услуг.	8	1	2	24		
4	Раздел IV. Социальные проекты и социальные инновации по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта..	8	1	2	24		
Итого часов: 108		4	8	96			Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Б1.В.10. Проектирование в рекламе и связях с общественностью в
сфере физической культуры и спорта»**
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*
Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Шипинская Екатерина Николаевна, доктор философских наук, профессор, профессоркафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РУС «ГЦОЛИФК»

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.10. Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта» является: создать системное представление о проектировании, его роли в рекламе и PR-деятельности, а также сформировать навыки и умения проектирования и их применения в сфере физической культуры и спорта.

Дисциплина реализуется на русском языке.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к модулю базовых дисциплин, вариативной части. Дисциплина «Б1.В.10. Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта» читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 5 семестре очной и заочной форме. Усвоению дисциплины способствует изучение таких дисциплин как «Теория и практика связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникации».. Освоение учебного материала программы способствует эффективному параллельному и последующему прохождению таких дисциплин: «Репутационный PR в сфере спорта», «Создание рекламных текстов», «Маркетинговые исследования».

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				

УК-1.1	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	5		5
УК-1.3	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	5		5
УК-1.5	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	5		5
ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1	. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5		5
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	5		5
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	5		5
ПК-5				
Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта				
ПК-5.1.	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5		5
ПК-5.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5		5
ПК-5.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5		5

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетные единицы, 108 академических часа.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Виды и формы современного проектирования.	5	4	6	10		
2	Раздел 2. Проектирование в рекламе	5	6	6	18		
3	Раздел 3. Проектирование в связях с общественностью	5	4	8	15		
4	Проектирование в сфере физической культуры и спорта	5	4	6	12		
						9	Экзамен
Итого часов: 108			18	26	55	9	

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Виды и формы современного проектирования.	5	2	2	20		
2	Раздел 2. Проектирование в рекламе	5		2	20		
3	Раздел 3. Проектирование в связях с общественностью	5	2		20		
4	Проектирование в сфере физической культуры и спорта	5		2	29		
						9	Экзамен
Итого часов: 108			4	6	89	9	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке

по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Перечень вопросов к экзамену

1. Роль проектирования рекламы и СО
2. Виды и формы проектирования
3. Проектирование коммуникационных кампаний
4. Проектирование рекламных кампаний
5. Этапы проектирования
6. Целевые аудитории коммуникационных проектов.
7. Структурные элементы коммуникационных проектов
8. Маркетинговые коммуникации и коммуникационные технологии.
9. Роль имиджеологии в коммуникационных проектах
10. Проектирование немедийных коммуникаций
11. Реклама в различных медиа, ее особенности
12. Основные элементы структуры проектирования рекламных кампаний
13. Виды проектирования по срокам
14. Использование социальных медиа в проектировании
15. Особенности проектирования в сфере ФК и спорта.
16. Использование проектирования в продвижении спортивного события
17. Влияние проектирования на восприятие спорта в массовом сознании.
18. ФК и спорт как коммуникационное пространство.
19. Коммуникационные потоки.
20. Конструкция имиджа спортсмена при помощи проектирования.
21. Критерии оценки проектов в области рекламы и СО.
22. Проектирование и новые медиа.

Задания для самостоятельной работы.

1. Современные организационные формы и технические средства информационного обеспечения рекламы и СО.
2. Виды коммуникационных кампаний.
3. Виды и формы коммуникации.
4. Базы данных и информационные хранилища — разработка и практическое использование в рекламе и СО.
5. Использование компьютерно-сетевых технологий для информационного обеспечения рекламной деятельности.
6. Использование баз данных в целях информационного обеспечения рекламной деятельности фирмы.
7. Средства для коммуникационной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы и рекламные информационные службы.
8. Коммуникационный менеджмент
9. Анализ целевой аудитории коммуникационных кампаний.
10. Обратная связь в коммуникационных кампаниях.
11. Коммуникационные кампании в масс медиа
12. Виды и формы современных масс медиа.
13. Коммуникационные кампании в социальных медиа.
14. Социальные сети как пространство проведения коммуникационных кампаний.
15. Мультимедийные технологии в коммуникационных кампаниях.
16. Определение и классификация информационных систем и информационных технологий.
17. Создание и проведение электронной презентации.
18. Организация и проведение коммуникационной кампании в Интернете.
19. Планирование коммуникационных кампаний.
20. Способы оценки эффективности коммуникационных кампаний.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Фомичев, А.Н. Управление проектами : учебник / А.Н. Фомичев .— Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 258 с. — (Учебные издания для бакалавров) .— ISBN 978-5-394-05026-8 .— URL: <https://rucont.ru/efd/819869> (дата обращения: 15.10.2024)

2. Зуб, А. Т. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. <https://urait.ru/book/upravlenie-proektami-533205>

3. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы : учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

4. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. — 144 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

б) Дополнительная литература:

1. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающимся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бригза, П. Кобли; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА , 2015. — 550 с. [Электронный ресурс]. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114784

2. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 431 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1
3. Бойкова, М.В. Управление проектами : учебник / И.Н. Колобова, С.С. Кузнецов; М.В. Бойкова .— Москва : Изд-во Российской таможенной академии, 2018 .— 217 с. — ISBN 978-5-9590-1056-0 .— URL: <https://rucont.ru/efd/705059> (дата обращения: 15.10.2024)
4. Крумина, К.В. Управление проектами : учеб. пособие / С.Г. Полковникова; К.В. Крумина .— Электрон. изд. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2020 .— 118 с. — Электрон. текст. дан. (2,9 Мб) .— ISBN 978-5-8149-3133-7 .— URL: <https://rucont.ru/efd/775172> (дата обращения: 15.10.2024)

а) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. База данных «Электронная библиотека экономической и деловой литературы» Административно-управленческого портала
2. <http://www.aup.ru/library/>
3. Гуманитарный портал <https://gtmarket.ru/concepts/7135> Режим доступа: свободный
4. [Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – информационная система fgosvo.ru](https://fgosvo.ru) Режим доступа: свободный
5. Журнал «Реклама: теория и практика». - <https://www.grebennikoff.ru/product/8/>
6. [Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система \(garant.ru\).](https://garant.ru)
7. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций <https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/> Режим доступа: свободный

б) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\).](http://lib.rucont.ru)
- 2) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)
- 3) ЭБС "Университетская библиотека онлайн" (<https://biblioclub.ru/>)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Центр развития коммуникаций в маркетинге <https://marketing.hse.ru/blog/integrirovannye-marketingovye-kommunikacii/>

Режим доступа: свободный

2. Сайт "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/> Режим доступа: свободный

3. PR и реклама. Обзор электронных ресурсов. Российская государственная библиотека. <https://www.rsl.ru/ru/nauka/editions/bibliography-editions/pr-i-reklama-obzor-elektronnyix-resursov> Режим доступа: свободный

4. [Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru.](http://elibrary.ru) – информационная система (elibrary.ru)

Режим доступа: с использованием логина и пароля

5. Сайты СМИ о спорте (Общероссийский телевизионный канал «Спорт» <http://news.sportbox.ru/sport> , телеканал МАЧ ТВ <https://matchtv.ru>

Режим доступа: свободный

6. Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>

Режим доступа: свободный

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

- 1) Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/> Режим доступа: свободный
- 2) Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных <https://insportexpo.com/>
- 3) Профессиональная социальная сеть для Журналистов, Стрингеров, Блогеров, PR-менеджеров, Пресс-секретарей, Маркетологов и Экспертов-Ньюсмейкеров <https://deadline.media/> Режим доступа: свободный

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.10. Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта»
для обучающихся Зкурса направления подготовки/ специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной, заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
 Сроки изучения дисциплины (модуля): 5 семестр для очной и заочной формы обучения.
 Форма промежуточной аттестации: экзамен

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения а очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
6-ой семестр			
1	Контрольная работа по теме 1 "Виды и формы проектирования."	30 неделя	10
2	Выполнение практического задания по теме «Коммуникационные кампании в масс медиа»	33 неделя	10
3	Написание реферата по теме «Коммуникационный менеджмент »(на примере по выбору студента)	36 неделя	10
4	Презентация по теме "Проектирование в социальных медиа" (на примере по выбору студента)	39 неделя	10
5	Выполнение практического задания (Разработать проект рассылки рекламы) по теме 5 "Разработка плана коммуникационной кампании"	42 неделя	10
6	Презентация по теме 4 "Эффективность проектов в области ФК и спорта" (на примере по выбору студента)	44 неделя	10
7	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по семестру		70 баллов
	Экзамен		30
	ИТОГО		100 баллов

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	<i>Контрольная работа по теме «Виды коммуникационных кампаний»</i>	10
2	<i>Эссе по теме, пропущенной студентом</i>	10
3	<i>Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)</i>	15
4	<i>Выполнение практического задания (Разработка рекламных материалов при помощи графических редакторов) по теме "План коммуникационной кампании"</i>	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

**Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего
контроля успеваемости**

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Б1.В.10. Проектирование в рекламе и связях с общественностью в
сфере физической культуры и спорта»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*
Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2024г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): 5 семестр для очного, 5 – для заочного отделения

Цель освоения дисциплины (модуля):Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.10. Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта»является: создать системное представление о проектировании, его роли в рекламе и PR-деятельности, а также сформировать навыки и умения проектирования и их применения в сфере физической культуры и спорта.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				
УК-1.1	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	5		5
	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	5		5
	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	5		5
ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				

ПК-3.1	. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5		5
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	5		5
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	5		5
ПК-5				
Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта				
ПК-5.1.	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5		5
ПК-5.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5		5
ПК-5.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5		5

4. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетные единицы, 108 академических часа.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Виды и формы современного проектирования.	5	4	6	10		
2	Раздел 2. Проектирование в рекламе	5	6	6	18		
3	Раздел 3. Проектирование в связях с общественностью	5	4	8	15		
4	Проектирование в сфере физической культуры и спорта	5	4	6	12		
						9	Экзамен
Итого часов: 108			18	26	55	9	

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Виды и формы современного проектирования.	5	2	2	20		
2	Раздел 2. Проектирование в рекламе	5		2	20		
3	Раздел 3. Проектирование в связях с общественностью	5	2		20		
4	Проектирование в сфере физической культуры и спорта	5		2	29		
						9	Экзамен
Итого часов: 108			4	6	89	9	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет
Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных
проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Б1.В.11 СПОРТИВНЫЕ САЙТЫ И СООБЩЕСТВА В ИНТЕРНЕТЕ И
МЕТОДЫ ИХ АНАЛИЗА»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Майоров Олег Вячеславович – к.п.н., доцент кафедры рекламы, связей с
общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы их анализа» является: дать системное представление о структуре, функциональных возможностях, перспективах развития спортивных сайтов и сообществ в Интернете, а также сформировать навыки и умения работы с ними: создания, модерирования, применения в профессиональных целях.

Дисциплина реализуется на русском языке

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к модулю профильных дисциплин вариативной части –**Б1.В.11**. Дисциплина "Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы их анализа» читается по очной форме обучения – на третьем курсе в6-ом семестре, по заочной форме – на третьем курсе, в 5-ом семестре.

Место дисциплины в ряду таких курсов как "Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта", "Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью", "Теория и практика массовой информации", "Цифровые коммуникации и информационные технологии". Освоение учебного материала программы способствует эффективному параллельному прохождению таких дисциплин: «Организация и проведение коммуникационных кампаний», "Основы медиапланирования".

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / кол	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)

	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	6		5
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	6		5
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	6		5
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6		5
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	6		5
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	6		5
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	6		5
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	6		5
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	6		5
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	6		5

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы**, 108 **академических часа**.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основы интернет-маркетинга	6	2	4	10		
2	Тема 2. Исследование общественного мнения в социальных сетях	6	2	4	10		
3	Тема 3. Оптимизация в поисковых системах	6	4	4	10		
4	Тема 4. Вирусный маркетинг и партнерские программы	6	4	4	10		
5	Тема 5. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории	6	4	6	10		
6	Тема 6. Оценка эффективности PR в социальных сетях	6	4	7	10		
Итого за семестр: 108			20	28	60		Зачет

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основы интерне-маркетинга	5	0,5	0,5	10		
2	Тема 2. Исследование общественного мнения в социальных сетях	5	0,5	0,5	20		
3	Тема 3. Оптимизация в поисковых системах	5	0,5	0,5	20		
4	Тема 4. Вирусный маркетинг и партнерские программы	5			20		
5	Тема 5. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории	5		2	20		
6	Тема 6. Оценка эффективности PR в социальных сетях	5	0,5	0,5	12		
Итого за семестр: 108			2	4	102		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие интернет маркетинга.
2. Инструменты интернет-маркетинга.
3. SEO как инструмент PR
4. Анонсирование в поисковых системах.
5. Факторы, влияющие на ранжирование страниц в поисковых системах.
6. Тематический индекс цитирования.

7. Первичная, вторичная информация в социальных сетях, методы ее получения.

8. Составление демографического и психографического портрета потенциального потребителя, определение состава целевой аудитории.

9. Особенности работы с русскоязычными социальными сетями.

10. Особенности работы с блог-платформами.

11. Особенности работы с микроблог-платформами.

12. Особенности работы с видеохостингами.

13. Понятие и принципы вирусного маркетинга

14. Вирусный маркетинг и соблюдение прав пользователей на частную жизнь

15. Ошибки при проведении вирусного маркетинга

16. Правила и нормы современной интернет-культуры.

17. Особенности современной интернет-коммуникации.

18. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара в аудитории социальных сетей.

19. Спонсорские программы как метод вирусного маркетинга.

20. Основные термины и показатели эффективности PR в социальных сетях.

21. Анализ эффективности PR в социальных сетях.

22. Критерии оценки эффективности PR в социальных сетях.

23. Технологии SMO

24. Партнерские программы. Типы партнерских программ.

25. Веб-кольца.

26. Постановка проблемы создания виртуального сообщества

27. Виртуальные сообщества. Коммуникационные методы построения виртуальных сообществ.

28. Информационные методы построения виртуальных сообществ.

29. Коммерческие и некоммерческие методы построения виртуальных сообществ

30. Раскрыть содержание бэнчмаркетинга.

31. Методы подготовки и обработки статистических данных и составление отчета.

32. Раскрыть содержание мероприятий по привлечению посетителей на сайт предприятия

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Алексеев, К. А. Спортивная журналистика : учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/sportivnaya-zhurnalistika-533062>

2. Гасумова, С. Е. Информационные технологии в социальной сфере : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. Е. Гасумова. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 284 с. Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/518685>

3. Горелов, Н. А. Развитие информационного общества: цифровая экономика: учебное пособие для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. . — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/515661>

4. Информационные технологии в профессиональной деятельности / Т.В. Марзаева .— Улан-Удэ : Бурятский государственный университет, 2015 .— 71 с. — Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/348195>

5. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы: учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В.

Кошелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. —Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

6. Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.] ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 235 с. Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" — <https://urait.ru/bcode/519464>

7. Обеспечение законности в сфере цифровой экономики: учебное пособие для вузов / А. О. Баукин [и др.] ; под редакцией Н. Д. Бут, Ю. А. Тихомирова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/519761>

8. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 437 с. . — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/509767>

9. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/531182>

10. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта: учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/533551>

б) Дополнительная литература:

1. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Булатова С.Н.; С.Н. Булатова. — Кемерово: КемГУКИ, 2012. — 80 с. - Электронно-библиотечная система РУКОНТ. <https://lib.rucont.ru/efd/237152/info>

2. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 89 с. – Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство «Юрайт», 2023. — 218 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostyu-531709>

4. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. — Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. — 196 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849

5. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А.В. Починкин. — Москва: Спорт, 2017. 385 с. — Электронная библиотечная система «Рукоонт» <https://lib.rucont.ru/efd/641213>

6. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие: [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. — Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. — 144 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

7. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437>

8. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности: журналистика, реклама и связи с общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2023. — 180 с.: ил., табл. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=701349

9. Шарков, Ф. И. Спортивная журналистика : учебник / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под ред. Ф. И. Шаркова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 184 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=697044

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. PRexplore— ресурс о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиатехнологиях. <https://prexplore.ru>
Режим доступа: свободный

2. Журнал «PR в России». <https://www.prjournal.ru/> Режим доступа: свободный

3. «Маркетинговый ход» - авторский канал с кейсами на тему рекламы, маркетинга, PR <https://t.me/MarketingPloy>

4. «Fan Engagement | Маркетинг и коммерция» – авторский канал с кейсами спортивной индустрии и сфере физической культуры и спорта t.me/fanengagement Режим доступа: свободный

5. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>

6. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://elibrary.ru/> Режим доступа: с использованием логина и пароля

7. [Федеральный портал Российское образование – информационная система edu.ru](https://www.fedportal.ru/)

8. Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://www.pr-info.ru/> Режим доступа: свободный

9. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. <https://raso.ru/> Режим доступа: свободный

10. Энциклопедия маркетинга <https://www.marketing.spb.ru/> Режим доступа: свободный
11. Яндекс.Вордстат - сервис для оценки пользовательского интереса к конкретным тематикам и для подбора ключевых слов рекламодателями <https://wordstat.yandex.ru> Режим доступа: свободный
12. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. <https://adindex.ru/>
13. Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных minsport.gov.ru
14. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru) Режим доступа: свободный
15. Сайт Ассоциации креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>
16. Холдинг «СБК. Спорт Бизнес Консалтинг» – профессиональная база данных (<https://s-bc.ru>).
17. "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>
18. Sostav.ru Независимый проект брендингового агентства Depot. <https://www.sostav.ru/>
19. Всероссийский центр изучения общественного мнения. База данных Данные опросов - ВЦИОМ-Навигатор (wciom.ru)
20. Ассоциация менеджеров: деловое объединение России (<https://amr.ru/>)
Режим доступа: свободный
21. База данных и знаний сервиса журналистских запросов <https://pressfeed.ru/> Режим доступа: смешанный (включая режим с использованием логина и пароля)

22. Росстат - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по формированию официальной статистической информации.
<http://www.gks.ru>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;

4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).
2. [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

Цифровой ресурс о digital-маркетинге
<https://rusability.ru/>

AdvertMe – цифровой ресурс об инструментах рекламы, маркетинга <https://www.advertme.ru>

Mediabitch – интернет-портал о PR
<http://mediabitch.ru/>

Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный

Реклама в России – информационный цифровой портал данных, аналитики, новостей. <http://www.rwr.ru/>

Deadline.Media -

профессиональная социальная сеть для журналистов, стрингеров, блогеров, PR-менеджеров, пресс-секретарей, маркетологов и экспертов-нюсмейкеров <https://deadline.media/>

WOWBlogger - платформа для поиска блогеров и запуска рекламных кампаний
<https://wowblogger.ru/bloggers/>

PR и реклама. Обзор электронных ресурсов. Российская государственная библиотека.
<https://www.rsl.ru/ru/nauka/editions/bibliography-editions/pr-i-reklama-obzor-elektronnyix-resursov> Режим доступа: свободный

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный

Бюро цифрового маркетинга
<https://6-sense.pro/resource>

Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных <https://insportexpo.com/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.В.11 «Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы их анализа» для обучающихся Гуманитарного института3курса (очной формы обучения) направления подготовки/ специальности42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR»очной, заочнойформы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 6 семестр очной, 5 семестр – заочной.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения а очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
8-ый семестр			
1	Контрольная работа по теме 1 "Основы интернет-маркетинга"	24 неделя	10
2	Выполнение практического задания (исследование общественное мнение по одной из актуальных темы в различных интернет-сетях) по теме 2 " Исследование общественного мнения в социальных сетях"	25 неделя	10
3	Написание реферата по теме 3"Оптимизация в поисковых системах" (на примере по выбору студента)	26 неделя	15
4	Презентация по теме 4" Вирусный маркетинг и партнерские программы" (на примере по выбору студента)	27 неделя	10
5	Выполнение практического задания (Разработать стратегию создания постоянной аудитории для одной из социальных сетей) по теме 5 " Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории "	28 неделя	10
6	Деловая игра («Провести оценку эффективности pr одного из спортивных клубов в социальных сетях) по теме 6 "Оценка эффективности PR в социальных сетях"	30 неделя	15
7	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Итого по семестру		80 баллов
	Зачет		20

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	<i>Контрольная работа по теме «Исследование общественного мнения в социальных сетях»</i>	10
2	<i>Эссе по теме, пропущенной студентом</i>	10
3	<i>Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)</i>	15
4	<i>Выполнение практического задания (Разработать партнерскую программу для реализации в сети Интернет) по теме " Вирусный маркетинг и партнерские программы"</i>	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

**Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего
контроля успеваемости**

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



**Социально-гуманитарный факультет Кафедры рекламы, связей с
общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Б1.В.11, СПОРТИВНЫЕ САЙТЫ И СООБЩЕСТВА В ИНТЕРНЕТЕ И
МЕТОДЫ ИХ АНАЛИЗА»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): 6 семестр- очная форма обучения, 5 семестр - заочная форма обучения.

3. Цель освоения дисциплины (модуля): дать системное представление о структуре, функциональных возможностях, перспективах развития спортивных сайтов и сообществ в Интернете, а также сформировать навыки и умения работы с ними: создания, модерирования, применения в профессиональных целях.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	6		5
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	6		5
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	6		5
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6		5
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения,	6		5

	технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций			
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	6		5
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	6		5
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	6		5
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	6		5
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	6		5

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы**, 108 **академических часа**.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основы интернет-маркетинга	6	2	4	10		
2	Тема 2. Исследование общественного мнения в социальных сетях	6	2	4	10		
3	Тема 3. Оптимизация в поисковых системах	6	4	4	10		
4	Тема 4. Вирусный маркетинг и партнерские программы	6	4	4	10		
5	Тема 5. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории	6	4	6	10		

6	Тема 6. Оценка эффективности PRв социальных сетях	6	4	7	10		
Итого за семестр: 108			20	28	60		Зачет

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основы интерне-маркетинга	5	0,5	0,5	10		
2	Тема 2. Исследование общественного мнения в социальных сетях	5	0,5	0,5	20		
3	Тема 3. Оптимизация в поисковых системах	5	0,5	0,5	20		
4	Тема 4. Вирусный маркетинг и партнерские программы	5			20		
5	Тема 5. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории	5		2	20		
6	Тема 6. Оценка эффективности PRв социальных сетях	5	0,5	0,5	12		
Итого за семестр: 108			2	4	102		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.12 Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 «Реклама и связи
с общественностью»

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022,2023,2024,2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
иностранных языков и лингвистики
Протокол № 1 от «3» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № __ от «__» ____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № __ от «__» ____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № __ от «__» ____ 20__ г.

Составители:

Капустина Юлия Александровна, старший преподаватель кафедры
иностранных языков и лингвистики

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью» являются:

- обеспечение качественной подготовки специалиста, формирование стремления к постоянному профессиональному росту и развитие социально-личностных и общекультурных компетенций;
- расширение и углубление теоретических и практических знаний по лексике, словообразованию, морфологии и синтаксису как составляющих языковой системы в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего образования и учебным планом по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина (модуль) «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью» реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью» относится к циклу Б1.В.12.

В настоящее время, когда осуществляется реформа всей системы высшего образования, ключевую роль в гуманитарной подготовке студентов играет освоение ими учебных дисциплин, призванных формировать общую культуру личности, развивать личностные способности учащихся.

Задачи дисциплины «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью» заключаются в формировании знаний, умений и навыков, которыми должен владеть будущий бакалавр РиСО:

- знание основных теоретических понятий по дисциплине;
- умение анализировать специальную литературу и оценивать качество исследований в данной предметной области;
- умение демонстрировать творческий подход в будущей профессиональной деятельности;
- умение использовать новейшие методы и приемы исследования при

описании языковых единиц;

– умение анализировать лексические, словообразовательные, грамматические и синтаксические единицы системы современного русского языка;

– умение характеризовать языковые единицы в соответствии с их функционально-стилевой принадлежностью.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)
«Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью»,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			
УК-4.1	<i>Знать:</i> - общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	5		6
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью			
ПК-4.1	<i>Уметь:</i>	5		6

	- создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта			
ПК-4.5	<i>Владеть:</i> – различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности	5		6

Формирование вышеперечисленных компетенций дисциплины «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью» неразрывно связано со знанием теоретических положений курсов «Отечественная литература», «Русский язык и культура речи», «История отечественной журналистики», «Риторика». В свою очередь, знания по основным разделам современного русского языка определяют дальнейшую орфографическую, пунктуационную и речевую грамотность будущего выпускника.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью»

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2 зачетные единицы, 72 академических часа.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Понятие о лексике. Многозначные слова	5	3	7	12		
2	Морфология		3	7	12		
3	Синтаксис		4	8	16		
	Итого часов: 72		10	22	40		зачет

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятел ьная работа	Контроль	
1	Понятие о лексике и фразеологии.	6	1	1	22		
2	Предмет морфологии. Система частей речи в русском языке		1	1	22		
3	Синтаксис			2	22		
	Итого часов: 72		2	4	66		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью».

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке

по дисциплине (модулю) «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью».

(Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля) «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью»).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью».

Для текущего контроля успеваемости студентов, обучающихся по дисциплине «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью», используются проверочные работы в виде тестов, результаты выполнения которых оцениваются в баллах. Кроме того, студенты получают баллы по результатам выступлений, представляющих собой анализ текстов на заданные темы с учетом стилистических и риторических требований.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ВСЕМУ КУРСУ (к зачету)

1. Слово как основной элемент языка. Единство формы и содержания.
2. Многозначные и однозначные слова. Явление полисемии.
3. Метафора, метонимия, синекдоха. Типы переноса значений.
4. Явление омонимии. Омонимия и полисемия. Омофоны, омоформы, лексические омонимы.
5. Явление паронимии. Паронимические пары.
6. Явление синонимии. Синонимический ряд. Доминанта. Контекстуальные синонимы.
7. Явление антонимии. Роль полисемии в процессе отбора антонимов.
«Открытое» и «закрытое» (скрытое) использование антонимов в создании художественного образа. Оксюморон.
8. Формирование русской лексики. Исконно русские и заимствованные слова. Освоение заимствованных слов (фонетическое, графическое, грамматическое, лексическое).
9. Экзотизмы и варваризмы в современном русском языке.
10. Старославянский язык и старославянизмы в современном русском языке. Приметы старославянизмов (фонетические, морфологические)
11. Устаревшая и новая лексика современного русского языка.
12. Историзмы и их роль в современном русском языке.
13. Архаизмы и их роль в современном русском языке.
14. Неологизмы и их роль в современном русском языке.

15. Диалектная лексика. Виды диалектизмов.
16. Специальная (профессионально-терминологическая) лексика.
17. Жаргонная лексика и ее роль в современном русском языке.
18. Русская фразеология Свободные и несвободные словосочетания
19. Типы фразеологических сочетаний.
20. Лексикография. Основные типы словарей.
21. Морфемный состав слова. Основа и аффиксы. Морфемный и словообразовательный анализ слова.
22. Основные способы словообразования.
23. Части речи и современном русском языке, принципы их выделения. Знаменательные и служебные части речи.
24. Категория рода имен существительных. Имена существительные общего рода. Род несклоняемых, иноязычных, сложносокращенных существительных
25. Основные типы склонений имен существительных. Варианты падежных окончаний.
26. Категория числа имен существительных. Соотносительность форм единственного и множественного числа. Существительные, имеющие форму только одного числа.
27. Категория падежа имен существительных. Основные значения падежей в современном русском языке.
28. Имя прилагательное как часть речи. Лексико-грамматические разряды имен прилагательных. Полные и краткие формы качественных прилагательных и их употребление.
29. Степени сравнения качественных прилагательных и наречий. Их образование и употребление.
30. Местоимение в системе частей речи. Разряды местоимений. Переход слов из различных частей речи в местоимения.
31. Имя числительное как часть речи. Разряды имен числительных. Склонение числительных.
32. Вид как основная грамматическая категория глагола. Образование видов глагола. Типы парно-видовой корреляции.
33. Категория времени глагола. Система временных форм русского глагола. Значение и употребление форм настоящего, будущего и прошедшего времени.
34. Категория залогов в современном русском языке. Принципы деления залогов и способы их выражения.
35. Неспрягаемые формы глагола. Причастия и деепричастия. Значение и образование причастия и деепричастий.
36. Категория лица у глаголов. Особенности образования и употребления личных форм глагола. Безличные глаголы.
37. Способы глагольного действия. Разряды, значения, связанные с выражением глагольного действия. Связь способов глагольного действия с категорией вида.

38. Категория наклонения глагола. Основные значения и образование форм наклонения глагола. Употребление инфинитива в функции наклонений.
39. Система спряжения глаголов. Продуктивные и непродуктивные классы глаголов. Разноспрягаемые глаголы.
40. Служебные части речи в современном русском языке. Отличие служебных частей речи от самостоятельных.
41. Подлежащее и способы его выражения.
42. Виды простых предложений по цели высказывания.
43. Дополнение как второстепенный член предложения.
44. Второстепенные члены предложения и их способы выражения.
45. Определение как второстепенный член предложения.
46. Однородные члены предложения. Обобщающее слово при однородных членах предложения.
47. Приложения, их обособление.
48. Глагольные односоставные предложения. Их типы.
49. Словосочетание. Типы словосочетаний. Виды синтаксической связи в словосочетании.
50. Порядок слов в предложении. Актуальное членение.
51. Предложение. Признаки предложения.
52. Обособленные обстоятельства.
53. Сказуемое. Типы сказуемых.
54. Обстоятельство как второстепенный член предложения.
55. Сложносочиненные предложения.
56. Уточнение и пояснение. Обращение. Вводные и вставные конструкции.
57. Сложноподчиненные предложения. Их классификация.
58. Способы передачи чужой речи.
59. Вводные слова и предложения.
60. Бессоюзные сложные предложения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью»

а) Основная литература

1. Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка: нормы употребления слов, фразеолог. выражений, граммат. форм и синтакс. конструкций / Ю.А. Бельчиков. - М.: АСТ-Пресс, [2008]. – 422 с.:

<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=164469&DocQuerID=11078169&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

2. Борисова, Е. Г. Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 275 с. <https://urait.ru/book/stilistika-i-literaturnoe-redaktirovanie-511368>
3. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. <https://urait.ru/book/sovremennyy-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-517871>

б) Дополнительная литература

1. Богданова, Л. И. Стилистика русского языка и культура речи : лексикология для речевых действий : учебное пособие : [16+] / Л. И. Богданова. — 5-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2020. — 248 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57882>
2. Глазунова, И.О. Сборник упражнений по стилистике современного русского языка / И.О. Глазунова ; Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. - М.: Физ. культура, 2008. - 42 с.: табл. <http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=162745&DocQuerID=11078169&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>
3. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 321 с. <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-podgotovka-tekstov-512120>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Интернет-портал «Национальный корпус русского языка» - <https://ruscorpora.ru/>
2. Интернет-портал «Русская корпусная грамматика» - <http://rusgram.ru/>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\).](http://urait.ru)
- 2) [Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту \(lib.gtsolifk.ru\).](http://lib.gtsolifk.ru)
- 3) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

- 1) Издательский дом «Медиа Сфера» - электронный образовательный ресурс (mediasphera.ru)
- 2) Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru)
- 3) Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ <http://www.gramota.ru>

- 4) Справочно-информационный портал СЛОВАРИ.РУ
<http://www.slovari.ru>
- 5) Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – информационная система (fgosvo.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

- 1) [Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)
- 2) [Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных \(insportexpo.com\)](http://insportexpo.com)
- 3) Министерство культуры Российской Федерации.
Нормативные документы. <https://culture.gov.ru/documents/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий семинарского (практического) типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **«Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью»** для обучающихся Гуманитарного института 3 курса групп направления подготовки – **42.03.01 специальности «Реклама и связи с общественностью»** направленности (профилю) **«Спортивная реклама и PR»** очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: иностранных языков и лингвистики

Сроки изучения дисциплины(модуля): 5 семестр очная, 6 семестр заочная.

Форма промежуточной аттестации: зачет

5 семестр

**II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ**

Очная форма обучения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)¹	Максимальное кол-во баллов
1	Выступление на семинарах по темам:	3 неделя	
	№ 1. Полисемия в современном русском языке	4 неделя	1
	№ 2. Явления синонимии и омонимии.	5 неделя	1
	№ 3. Дифференциация лексики с точки зрения происхождения.	6 неделя	1
	№ 4. Фразеология. Типы фразеологических словосочетаний.	6 неделя	2
	№ 5. «Основные способы русского словообразования»	7 неделя	2
	№ 6. «Самостоятельные части речи»	8 неделя	2
	№ 7. «Служебные части речи»	9 неделя	2
	№ 8. Понятие о синтаксисе.	9 неделя	2
	№ 9. Словосочетание	10 неделя	2
	№ 10. Простое предложение в публицистическом тексте.	11 неделя	
	№ 11. Сложное предложение в публицистическом тексте.	12 неделя	
2	Защита реферата на семинарском занятии. Семинар: «Типы фразеологических словосочетаний». Темы рефератов: «Классификация фразеологизмов в концепциях В.В.Виноградова, В.Н.Телия и др.»; «Картина мира в зеркале русской и зарубежной фразеологии»; «Отличие фразеологизмов от слов и предложений», «Парадигматические отношения в фразеологии»; «Грамматические свойства фразеологизмов»; «Вклад В.В.Виноградова в изучение русской фразеологии».	6 неделя	10
3	Тест по теме «Лексика современного русского языка»	7 неделя	10
4	Контрольные работы по темам: «Лексика современного русского языка», «Морфология и словообразование современного русского языка», «Синтаксис современного русского языка»	6 неделя 8 неделя 11 неделя	10 10 10
5	Посещение занятий	В течение семестра	11
	Зачет		20
	ИТОГО		100

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение контрольной работы по разделу «Многозначные слова», пропущенному студентом	15
3	Выполнение контрольной работы по разделу «Устаревшая лексика», пропущенному студентом	15
4	Выполнение тестов по разделу «Происхождение лексики русского языка», пропущенному студентом	15
5	Выполнение тестов по разделу «Русская фразеология», пропущенному студентом	15

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью» для обучающихся Гуманитарного института 3 курса групп направления подготовки – 42.03.01 специальности «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) _____

«Спортивная реклама и PR» заочной формы обучения

II. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: иностранных языков и лингвистики

Сроки изучения дисциплины (модуля): 5 семестр очный и 6 семестр заочный

Форма промежуточной аттестации: зачет

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

6 семестр

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ²	Максимальное кол-во баллов
1	Опрос по теме «Лексика» и «Фразеология»		20
2	Опрос по теме «Система частей речи в русском языке»		20
3	Опрос по теме «Синтаксис простого предложения»		20
4	Опрос по теме «Синтаксис сложного предложения»		20
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

² Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение контрольной работы по разделу «Многозначные слова», пропущенному студентом	15
3	Выполнение контрольной работы по разделу «Устаревшая лексика», пропущенному студентом	15
4	Выполнение тестов по разделу «Происхождение лексики русского языка», пропущенному студентом	15
5	Выполнение тестов по разделу «Русская фразеология», пропущенному студентом	15

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра иностранных языков и лингвистики

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.12 Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 «Реклама и связи
с общественностью»

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью» составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

2. Семестр освоения дисциплины (модуля): 5 семестр (очная форма обучения); 6 семестр (заочная форма обучения)

3. Цель освоения дисциплины (модуля):

- обеспечение качественной подготовки специалиста, формирование стремления к постоянному профессиональному росту и развитие социально-личностных и общекультурных компетенций.
- расширение и углубление теоретических и практических знаний по лексике, словообразованию, морфологии и синтаксису как составляющих языковой системы в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования и учебным планом по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

1. Познакомить с системой основных теоретических понятий по дисциплине «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью».
2. Научить умению анализировать специальную литературу и оценивать качество исследований в данной предметной области.
3. Выработать умение демонстрировать творческий подход в будущей профессиональной деятельности.
4. Сформировать умение использовать новейшие методы и приемы исследования при описании языковых единиц.
5. Научить анализировать лексические, словообразовательные, грамматические и синтаксические единицы системы современного русского языка.
6. Выработать умение характеризовать языковые единицы в соответствии с их функционально - стилевой принадлежностью.

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			
УК-4.1	<i>Знать:</i> - общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	5		6
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью			
ПК-4.1	<i>Уметь:</i> - создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5		6
ПК-4.5	<i>Владеть:</i> — различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности	5		6

Формирование вышеперечисленных компетенций дисциплины «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью» неразрывно

связано со знанием теоретических положений курсов «Отечественная литература», «Русский язык и культура речи», «История отечественной журналистики», «Риторика». В свою очередь, знания по основным разделам современного русского языка определяют дальнейшую орфографическую, пунктуационную и речевую грамотность будущего выпускника.

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2 зачетные единицы, 72 академических часа.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Понятие о лексике. Многозначные слова	5	3	7	12		
2	Морфология		3	7	12		
3	Синтаксис		4	8	16		
	Итого часов: 72		10	22	40		зачет

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2 зачетные единицы, 72 академических часа.**

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Понятие о лексике и фразеологии.	6	1	1	22		
2	Предмет морфологии. Система частей речи в русском языке		1	1	22		
3	Синтаксис			2	22		
	Итого часов: 72		2	4	66		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.13 «КОПИРАЙТИНГ»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: *очная и заочная*
Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института

Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель: Волкова Марина Сергеевна, кандидат педагогических наук,
доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-
гуманитарных проблем

1. Цель освоения дисциплины (модуля) «Копирайтинг»: дать учащимся знания об основных направлениях копирайтинга, сформировать умения и навыки создания рекламного и PR-текста, а именно навыки сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

Язык, на котором реализуется дисциплина (модуль) «Копирайтинг», - русский.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина (модуль) «Копирайтинг» относится к блоку Б1.В.13 ООП (ОПОП).

К числу наиболее актуальных проблем в системе подготовки бакалавра по рекламе и связям с общественностью относится знание грамматических, синтаксических средств, определяющих стили русского языка, понимание стилистических особенностей текстов, умение работы с рекламными, продающими и PR-текстами, средствами массовой информации. Именно текст в разных информационных средах (печатная реклама, наружная реклама, теле- и радиореклама, социальная реклама, Интернет-реклама) является основным носителем маркетинговой, социально-культурной, этнолингвистической и др. информации, поэтому от качества текстовой продукции зависит эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций в целом.

Этим и обусловлена необходимость введения данного курса в систему подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Изучение дисциплины (модуля) «Копирайтинг» тесно связано с изучением таких дисциплин, как «Русский язык и культура речи», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика медиакommunikаций», «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью», «Основы деятельности спортивной пресс-службы», «Основы медиапланирования», «История и практика спортивной журналистики».

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	форма обучения (ускоренное обучение) ¹
1	2	3	4	5
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	6	6	
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	6	6	
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью			
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	6	6	
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	6	6	
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR-кампании.	6	6	
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	6	6	

¹Заполняется при наличии ускоренного обучения.

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	История рекламного дела в России XX века	6	1				
2	Виды и формы текстовой рекламы. Типологические характеристики рекламного произведения.	6	1	2	4		
3	Принципы и процесс создания рекламного текста	6	2	2	4		
4	Содержательные характеристики рекламного текста	6	2	2	4		
5	Приемы привлечения внимания в рекламных текстах	6	2	2	4		
6	Приемы создания заголовков	6		2	4		
7	Принципы создания рекламных слоганов.	6		2	2		
8	Дизайн рекламного текста	6		2	2		
9	Особенности нейминга	6		2	4		
10	Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов	6		2	4		
11	Персонализация и стереотипы в рекламном тексте.	6		2	4		
12	Самые успешные копирайтеры XX века.	6	2	2	4		
		6					зачет
Итого часов: 72			10	22	40		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	История рекламного дела в России XX века	6	1				
2	Виды и формы текстовой рекламы. Типологические характеристики рекламного произведения.	6	1		6		
3	Принципы и процесс создания рекламного текста	6		1	6		
4	Содержательные характеристики рекламного текста	6			6		
5	Приемы привлечения внимания в рекламных текстах	6			6		
6	Приемы создания заголовков	6		1	6		
7	Принципы создания рекламных слоганов.	6			6		
8	Дизайн рекламного текста	6			6		
9	Особенности нейминга	6			6		
10	Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов	6		1	6		
11	Персонализация и стереотипы в рекламном тексте.	6		1	6		
12	Самые успешные копирайтеры XX века.	6			6		
		6					Зачет
Итого часов: 72			2	4	66		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля) «Копирайтинг».

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю): зачет.

Перечень вопросов для зачета

1. Виды рекламных сообщений.
2. Рекламный модуль и формы текстовой рекламы (рекламное объявление, сообщение, текст, сценарий).
3. Структура рекламного текста. Сильные и слабые приемы создания текста.
4. Факторы успешной рекламы (формула AIDCA и ее варианты).
5. Виды тестирования эффективности рекламного текста. Тестирование в фокус-группах.
6. Стилиевые приемы в рекламных текстах. Стили рекламы.
7. Виды языковых манипуляций в рекламных текстах.
8. Основные правила дизайна рекламных текстов.
9. Достоинства и недостатки рекламы в прессе.
10. Виды языковых манипуляций в рекламных текстах.
11. Реклама и потребительская культура.
12. Мифы и реклама в XX веке. Способы мифологизации в рекламном тексте.
13. Психология рекламы: потребности и желания потребителя.
14. Полоролевые различия в восприятии рекламы.
15. Принципы создания рекламных слоганов.
16. Стереотипы в рекламном тексте.
17. Литературные приемы, используемые в рекламном тексте.
18. Основные принципы нейминга.
19. Элементы психологического воздействия рекламных политических текстов.
20. Правовые и этические нормы при изложении информации.
21. Эмоциональная и рациональная стороны воздействия рекламного текста. Целевая аудитория рекламного текста. Основные потребности, желания, страхи аудитории.
22. Тенденции развития и трансформации жанров в глянцевого и рекламных специализированных журналах (art-story, модный магазин, подражание деловым документам и др.).
23. Расскажите о самых успешных создателях рекламы и копирайтерах XX века.
24. Приемы привлечения внимания в рекламном тексте.
25. Приемы создания рекламных заголовков.
26. Факторы успешного рекламного текста.
27. Персонализация в рекламном тексте. Приемы персонализации.
28. Использование стереотипов в рекламном тексте.
29. Рерайтинг в копирайтинге.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля) «Копирайтинг».

а) Основная литература:

1. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой .— Ставрополь : изд-во СКФУ, 2017 .— 131 с. — URL: <https://rucont.ru/efd/642430>
2. Суворова Н.Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе : практикум для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» / Н.Н. Суворова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 80 с. - ISBN 978-5-4475-9178-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213>
3. Судоргина, З. Копирайтинг : тексты, которые продаются : практическое пособие / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458>
4. Холмогоров, В. Просто копирайтинг / В. Холмогоров .— Санкт-Петербург : Страта, 2017 .— 140 с. — (Просто) .— ISBN 978-5-906150-73-8 .— URL: <https://rucont.ru/efd/638851>

б) Дополнительная литература:

1. Булатова Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса: учебное пособие / Э.В. Булатова. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. – 264 с. – ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310>
2. Гришко Н.Д. Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы / Н.Д. Гришко. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 141 с. - ISBN 978-5-504-00484-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345>
3. Кузнецов, П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П.А. Кузнецов .— 2-е изд., перераб. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2018 .— 132 с. : ил. — ISBN 978-5-394-02789-5 .— URL: <https://rucont.ru/efd/689007>
4. Поляков В. А. Основы рекламы: учебное пособие / В. А. Поляков, Г. А. Васильев. - М.: Юнити-Дана, 2012. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>
5. Пономарева, А. М. Креатив и копирайтинг : учебник : [16+] / А. М. Пономарева ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – 2-е изд., испр. и доп. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 268 с. : ил., табл. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=568146
6. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. - <https://urait.ru/bcode/542706>
7. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики рекламы : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, М. В. Гундарин ; под общ. ред. Д. А. Шевченко. – Москва :

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <https://gramota.ru/> - справочно-информационный портал «Грамота.ру»
2. <http://www.sokr.ru/> – словарь сокращений русского языка
3. <https://www.sostav.ru/> - Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
4. <https://adindex.ru/> - информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России
5. <https://shard-copywriting.ru/> - авторский блог о копирайтинге
6. <https://raso.ru/> - российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система
7. www.rupr.ru - журнал «PR в России» – информационная система
8. <https://glvrd.ru/> - сервис для улучшения текста
9. Сайт "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) - <http://powerbranding.ru/books>
10. Образовательная платформа «Открытое образование» - <https://openedu.ru/>
11. Издательский дом «Медиа Сфера» - электронный образовательный ресурс (mediasphera.ru)

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- Образовательная платформа Юрайт (urait.ru).
- Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).
- Электронная библиотечная система «Руконт» (lib.rucont.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система (informio.ru).
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия <http://www.garant.ru/>
3. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система - <https://www.elibrary.ru/>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система - <https://www.informio.ru/>
2. Блог Reputation Capital Group - <https://reputationcapital.blog/>
3. Сайт Ассоциации креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>
4. Портал, содержащий информацию о бирже копирайтинга - <http://www.textsale.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Для материально-технического обеспечения дисциплины (модуля) «Копирайтинг» имеются мультимедийные классы, включающие специализированное оборудование: проектор, экран.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. В библиотеке РГУФКСМиТ имеется литература, указанная в данной программе в разделе 6 (а, б).

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.В.13 «Копирайтинг» для обучающихся Гуманитарного института 3 курса направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профилю) Спортивная реклама и PR очной, заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Сроки изучения дисциплины (модуля): 6 семестр очный и заочный
Форма промежуточной аттестации: зачет.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ²	Максимальное кол-во баллов
1	Коллоквиум по разделам «История рекламного дела в России XX века», «Виды и формы текстовой рекламы. Рекламный и PR-тексты. Типологические характеристики рекламного произведения»	28 неделя	2
2	Выполнение практических заданий по разделу «Принципы и процесс создания рекламного текста»	29 неделя	4
3	Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Содержательные характеристики рекламного текста»	30 неделя	4
4	Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Приемы привлечения внимания в рекламных текстах»	31 неделя	4
5	Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Приемы создания заголовков»	32 неделя	4

² Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

6	Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Принципы создания рекламных слоганов»	33 неделя	4
7	Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Дизайн рекламного текста»	34 неделя	4
8	Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Особенности нейминга».	35 неделя	4
9	Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов».	36 неделя	4
10	Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Персонализация и стереотипы в рекламном тексте».	37 неделя	4
11	Тестирование по дисциплине (модулю)	37 неделя	4
12	Выступление с докладом на семинаре по разделу «Самые успешные копирайтеры XX века».	38 неделя	4
13	Защита реферата по темам курса	35-38 неделя	6
14	Презентация к реферату	35-38 неделя	6
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение практического задания по разделу «Приемы привлечения внимания в рекламных текстах», пропущенному студентом	10
2	Выполнение практического задания по разделу «Приемы создания заголовков», пропущенному студентом	9
3	Выполнение практического задания по разделу «Принципы создания рекламных слоганов», пропущенному студентом	9
4	Написание реферата по теме «Использование стереотипов в рекламном тексте», пропущенной студентом	12
5	Презентация по теме «Особенности нейминга», пропущенной студентом	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы) дисциплины (модуля) «Копирайтинг».

– Для обучающихся, пропустивших занятия, предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплине (модулю) «Копирайтинг», завершающейся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Шкала успеваемости по дисциплине (модулю) «Копирайтинг» при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.13 «КОПИРАЙТИНГ»

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная и заочная

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 6 семестр очная и заочная.

3. Цель освоения дисциплины (модуля): дать учащимся знания об основных направлениях копирайтинга, сформировать умения и навыки создания рекламного и PR-текста, а именно навыки сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю): В результате освоения дисциплины (модуля) «Копирайтинг» обучающийся:

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

ПК-4 - способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	форма обучения (ускоренное обучение) ³
1	2	3	4	5
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)			
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	6	6	
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и	6	6	

³Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности			
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью			
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	6	6	
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	6	6	
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR-кампании.	6	6	
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	6	6	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	История рекламного дела в России XX века	6	1				
2	Виды и формы текстовой рекламы. Типологические характеристики рекламного произведения.	6	1	2	4		
3	Принципы и процесс создания рекламного текста	6	2	2	4		
4	Содержательные характеристики рекламного текста	6	2	2	4		
5	Приемы привлечения внимания в рекламных текстах	6	2	2	4		

6	Приемы создания заголовков	6		2	4		
7	Принципы создания рекламных слоганов.	6		2	2		
8	Дизайн рекламного текста	6		2	2		
9	Особенности нейминга	6		2	4		
10	Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов	6		2	4		
11	Персонализация и стереотипы в рекламном тексте.	6		2	4		
12	Самые успешные копирайтеры XX века.	6	2	2	4		
		6					зачет
Итого часов: 72			10	22	40		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	История рекламного дела в России XX века	6	1				
2	Виды и формы текстовой рекламы. Типологические характеристики рекламного произведения.	6	1		6		
3	Принципы и процесс создания рекламного текста	6		1	6		
4	Содержательные характеристики рекламного текста	6			6		
5	Приемы привлечения внимания в рекламных текстах	6			6		
6	Приемы создания заголовков	6		1	6		
7	Принципы создания рекламных слоганов.	6			6		
8	Дизайн рекламного текста	6			6		
9	Особенности нейминга	6			6		
10	Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов	6		1	6		
11	Персонализация и стереотипы в рекламном тексте.	6		1	6		
12	Самые успешные копирайтеры XX века.	6			6		
		6					Зачет
Итого часов: 72			2	4	66		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра Менеджмента и экономики спортивной индустрии им.
В.В.Кузина**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.14 Основы маркетинга»

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора: *2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.*

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Менеджмента и экономики спортивной индустрии им. В.В.Кузина
Протокол №3 от «24» сентября 2024г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Составитель:

Максаковская Наталья Сергеевна, к.п.н., доцент кафедры менеджмента и
экономики спортивной индустрии им. В.В. Кузина

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы маркетинга» является подготовка специалистов, владеющих системой знаний о закономерностях маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия, изучение основного инструментария маркетинга, получение и анализ маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование целостного научного представления о маркетинге;
- изучение прикладных методов маркетинговых исследований на макро- и микроуровне;
- формирование умений исследования проблем и особенностей организации и планирования маркетинга на предприятиях (организациях, фирмах) различных отраслей экономики;
- формирование знаний в области реализации товарной, ценовой и коммуникационной политики;
- формирование способностей оценки конкурентоспособности товара (услуги) и компании;
- формирование навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности бакалавра.

Изучение маркетинга как философии бизнеса, направленной на выявление потребностей потребителей, целевых рынков, которые организация может удовлетворить наилучшим образом путем производства соответствующих продуктов (услуг). Определение общественного назначения маркетинга, которое связано с общественными потребностями и экономической реакцией общества, направленной на их удовлетворение.

При изучении основ маркетинга следует помнить, что данный вид деятельности является фундаментальным, на котором строится благополучие предприятия. Маркетинговая культура предприятия определяет его

жизнеспособность, конкурентоустойчивость и длительность его существования.

Поэтому студенты должны ориентироваться в целях и принципах маркетинга, внешней и внутренней среде предприятия, четко представлять себе структуру и назначение комплекса маркетинга.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Основы маркетинга» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Настоящая дисциплина является обязательной в системе подготовки бакалавра и базируется на знаниях и навыках, приобретённых студентами в ходе изучения математики и статистики, экономики и др.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студентов:

студент должен:

Знать:

- закономерности и этапы развития экономической мысли, предпосылки смены общественно-экономических формаций;
- основные математические модели принятия решений;
- основные нормативно-правовые документы, регламентирующие отношения собственности и ведения хозяйственной деятельности.

Уметь:

- ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;
- использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности.

Владеть:

- навыками целостного подхода к анализу проблем общества;
- статистическими, математическими методами решения типовых организационно-управленческих задач.

В дальнейшем знания, умения и навыки студентов, сформированные в процессе изучения основ маркетинга, используются при выполнении учебно-исследовательских аналитических работ, курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Процесс изучения дисциплины «Основы маркетинга» направлен на формирование следующих компетенций:

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<i>Знать:</i> - как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	3		3
	<i>Уметь:</i> - воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	3		3
	<i>Владеть:</i> - информацией о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	3		3
ПК-5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	<i>Знать:</i> - особенности реализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ,основную документацию по сопровождению проекта	3		3
	<i>Уметь:</i> - реализовывать проекты кампании в сфере рекламы и связей с общественностью собрать нужные документы для проекта, планировать рекламную или PRкампанию	3		3
	<i>Владеть:</i> - навыком создания и реализации алгоритмом работы, анализа результатов исследований для планирования проектов или кампаний в сфере рекламы	3		3

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Понятие и сущность маркетинга	3	2	4	8		
2	Маркетинговые исследования	3	2	4	8		
3	Комплекс маркетинга	3	2	4	8		
4	Управление маркетингом	3	2	4	8		
5	Области применения маркетинга	3	2	6	8		
		3					Зачет
Итого часов: 72			10	22	40		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Понятие и сущность маркетинга	5	0,4	0,8	13		
2	Маркетинговые исследования	5	0,4	0,8	13		
3	Комплекс маркетинга	5	0,4	0,8	14		
4	Управление маркетингом	5	0,4	0,8	13		
5	Области применения маркетинга	5	0,4	0,8	13		
							Зачет
Итого часов: 72			2	4	66		

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Промежуточный контроль и оценка результатов обучения по дисциплине «Основы маркетинга» осуществляется путем ответа на контрольные теоретические и проблемные вопросы экзамена.

Вопросы к зачету по дисциплине «Основы маркетинга»

1. Определение и сущность маркетинга. Роль маркетинга в экономике.
2. Исходные идеи маркетинга: нужды, потребности, товар, рынок. Комплекс маркетинга (4 «Р»).
3. Маркетинг как система методов деятельности. Основные виды маркетинга.
4. Концепции маркетинга.
5. Функции и субъекты маркетинга. Содержание маркетинговой работы.
6. Классификация информации, используемой в маркетинговых исследованиях.
7. Процесс маркетинговых исследований.
8. Маркетинговая среда фирмы. Основные факторы микросреды.
9. Факторы макросреды и реакция на них.
10. Модель поведения потребителя. Основные факторы, определяющие поведение покупателя.
11. Потребность и потребитель. Виды потребностей.
12. Классификация потребителей.
13. Процесс принятия решения о покупке товара.
14. Основные характеристики товара/услуги в маркетинге.

15. Классификация товарных групп в системе маркетинга.
16. Упаковка и сервис в системе товарной политики.
17. Товарная политика и формирование товарного ассортимента.
18. Понятие конкурентоспособности товара/услуги и ее составляющие.
19. Жизненный цикл товара и его фазы.
20. Стратегическое и текущее планирование маркетинга.
21. Стратегии маркетинга на этапах жизненного цикла товара.
22. Разработка новых товаров/услуг
23. Процесс принятия товара потребителем. Факторы, влияющие на процесс принятия инноваций.
24. Рынок как объект маркетинга. Типы и виды рынков.
25. Содержание понятия «емкость рынка», формула ее подсчета.
26. Позиционирование товара на рынке.
27. Понятие целевого рынка. Принципы выбора целевого сегмента рынка.
28. Методы проведения опросов при изучении покупательского спроса.
29. Понятие цены. Функции и виды цен. Ценовая политика.
30. Установление исходной цены товара, спортивно-оздоровительной услуги. Факторы ценообразования.
31. Стратегии ценообразования: разработка и их реализация.
32. Матрица Бостонской консалтинговой группы.
33. Каналы распределения, товародвижения и сбыта товаров: сущность, функции, структура.
34. Организация сбытовой сети: традиционная, вертикальная, горизонтальная и комбинированная маркетинговые системы.
35. Управление каналами распределения.
36. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговой коммуникации.
37. Личные и безличные коммуникации. Прямой маркетинг.
38. Личная продажа как форма коммуникационного процесса.

39. Реклама. Виды рекламы. Участники рекламного процесса.
40. Разработка рекламы.
41. Товарный знак, его роль в современных условиях. Фирменный стиль.
42. Public relations (PR). Цели и задачи PR. Инструменты PR.
43. Стимулирование сбыта. Цели и средства стимулирования сбыта. Контроль и оценка результатов стимулирования.
44. Виды стимулирования. Особенности стимулирования сотрудников сбытовой службы предприятия и торговых посредников.
45. Розничная торговля: сущность, формы и виды.
46. Место маркетингового подразделения в фирме. Его обязанности, возможности и структура.
47. Виды организационных структур маркетинговой службы, их особенности.
48. Контроль маркетинговой деятельности. Типы контроля.
49. Особенности маркетинга спортивно-оздоровительных услуг.
50. Международный маркетинг. Маркетинговые исследования международного рынка

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины

а) Основная литература:

Дурович, А. П. Основы маркетинга : учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : РИПО, 2021. – 292 с. : ил.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=697378

б) Дополнительная литература:

Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. <https://urait.ru/book/marketing-510611>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <http://www.4p.ru> - практика и теория маркетинга

2. <http://www.marketing.spb.ru> - Энциклопедия маркетинга
3. <http://www.sostav.ru> – проекты в сфере маркетинга
4. <http://www.aup.ru> - административно-управленческий портал.
5. <http://www.eup.ru> - научно-образовательный портал Экономика и управление на предприятиях.
6. <http://www.rbc.ru> - Российский Бизнес- Консалтинг – РБК.
7. <https://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России
8. <https://raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью
9. www.rupr.ru - Журнал «PR в России»

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).
2. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система
<https://www.informio.ru/>

2. Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ) – информационная система <https://ramu.ru/ramu/>
3. Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://pr-info.ru/>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru)
2. Федеральная Государственная информационная система «Спорт» - профессиональная база данных. <https://sportrf.gov.ru/>
3. "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Основы маркетинга» для обучающихся гуманитарного института 2 курса направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю Спортивная реклама и PR очной/заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: *Экономики и права*

Сроки изучения дисциплины: 3 семестр (очная форма обучения) 3 семестр (заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: зачет

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Тест №1 по теме «Понятие и сущность маркетинга»	3	5
2	Тест №2 по теме «Маркетинговые исследования»	10	10
3	Выполнение практического задания №1 по разделу «Маркетинговые исследования»	15	10
4	Тест №3 по теме «Комплекс маркетинга»	18	10
5	Выполнение практического задания № 2 «Исследование товарного рынка»	21	10
6	Тест № 4 по теме «Управление маркетингом»	25	10
7	Тест № 5 по теме «Области применения маркетинга»	26	10
8	Подготовка презентации на тему «Особенности маркетинга спортивно-оздоровительной сферы»	27	5
9	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
<i>1</i>	<i>Выполнение практического задания №1 по разделу «Маркетинговые исследования»</i>	<i>10</i>
<i>2</i>	<i>Выполнение практического задания № 2 «Исследование товарного рынка»</i>	<i>10</i>
<i>3</i>	<i>Собеседование по темам, пропущенным студентом</i>	<i>10</i>
<i>4</i>	<i>Тестирование по темам 1-5</i>	<i>10</i>
<i>5</i>	<i>Подготовка презентации на тему «Особенности маркетинга спортивно-оздоровительной сферы»</i>	<i>10</i>

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

Дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия, оцениваются при помощи следующих оценочных средств:

Собеседование (Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п)

Выполнение практических заданий (выполнение разноуровневых задач и заданий - Различают задачи и задания: репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения).

Выполнение тестовых заданий.

Максимальное количество набранных баллов 50

V.ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом, дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра Менеджмента и экономики спортивной индустрии им. В.В.Кузина

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.14 Основы маркетинга

Направление подготовки: *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*

Профиль: *Спортивная реклама и PR*

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора: *2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.*

Москва – 2021г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины(модуля): 3 на очной форме обучения/ 3 на заочной форме обучения

3. Цель освоения дисциплины(модуля): подготовка бакалавров, владеющих системой знаний о закономерностях маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия, изучение основного инструментария маркетинга, получение и анализ маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модуля):

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<i>Знать:</i> - как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	3		3
	<i>Уметь:</i> - воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	3		3
	<i>Владеть:</i> - информацией о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	3		3

ПК-5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	<i>Знать:</i> - особенности реализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ,основную документацию по сопровождению проекта	3		3
	<i>Уметь:</i> - реализовывать проекты кампании в сфере рекламы и связей с общественностью собрать нужные документы для проекта, планировать рекламную или PRкампанию	3		3
	<i>Владеть:</i> - навыком создания и реализации алгоритмом работы, анализа результатов исследований для планирования проектов или кампаний в сфере рекламы	3		3

5. Краткое содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Понятие и сущность маркетинга	3	2	4	8		
2	Маркетинговые исследования	3	2	4	8		
3	Комплекс маркетинга	3	2	4	8		
4	Управление маркетингом	3	2	4	8		
5	Области применения маркетинга	3	2	6	8		
		3					Зачет
Итого часов: 72			10	22	40		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Понятие и сущность маркетинга	5	0,4	0,8	13		
2	Маркетинговые исследования	5	0,4	0,8	13		
3	Комплекс маркетинга	5	0,4	0,8	14		
4	Управление маркетингом	5	0,4	0,8	13		
5	Области применения маркетинга	5	0,4	0,8	13		
							Зачет
Итого часов: 72			2	4	66		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра Менеджмента и экономики спортивной индустрии им. В.В.Кузина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.В.15 Маркетинговые исследования

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование)

Профиль:

Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Менеджмента и экономики спортивной индустрии им. В.В.Кузина
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Менеджмента и экономики спортивной индустрии им. В.В.Кузина
Протокол №3 от «24» сентября 2024г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Составитель:

Максаковская Наталья Сергеевна, к.п.н., доцент, доцент кафедры менеджмента
и экономики спортивной индустрии им. В.В. Кузина

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины: получение студентами необходимых профессиональных знаний, умений и практических навыков, позволяющих осуществлять функцию маркетинговых исследований в организациях с целью обеспечения качества принимаемых управленческих решений.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о понятии, значении, функциях маркетинговой информации;
- изучить методы ее сбора, обработки, анализа, обобщения и представления;
- рассмотреть этапы процесса маркетинговых исследований;
- научить разрабатывать программу маркетинговых исследований;
- научить применять методы и процедуры проведения комплексных маркетинговых исследований;
- рассмотреть способы организации маркетинговых исследований на предприятиях и в организациях;
- изучить способы составления отчетов о проведенных маркетинговых исследованиях и презентацию результатов исследований.

Знания по маркетинговым исследованиям, полученные студентами, позволят им в процессе профессиональной деятельности выявлять и грамотно удовлетворять запросы и потребности потребителей, улучшать результаты деятельности предприятий, коммерческих и государственных организаций, достигать значительных преимуществ в конкурентной борьбе и снизить неэффективные затраты.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Маркетинговые исследования» является вариативной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательного стандарта высшего образования, реализуемый по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Настоящая дисциплина является обязательной в системе подготовки бакалавра и базируется на знаниях и навыках, приобретённых студентами в ходе изучения основ маркетинга, экономики, социологии, цифровых коммуникации и информационных технологий и др.

В дальнейшем знания, умения и навыки студентов, сформированные в процессе изучения маркетинговых исследований, используются при изучении

следующих дисциплин: интегрированные коммуникации, организация и проведение коммуникационных кампаний, проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта, а также при выполнении учебно-исследовательских аналитических работ, курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Процесс изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» направлен на формирование следующих компетенций:

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	4		4
УК-1.1	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач	4		4
УК 1.2	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	4		4
УК-1.3	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	4		4
УК-1.4	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	4		4
УК-1.5	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений	4		4
УК-1.6	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	4		4
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	4		4
ПК-5.1.	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации	4		4

	коммуникационного продукта			
ПК-5.2.	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	4		4
ПК-5.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	4		4

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2 зачетных единицы, 72 академических часа.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Организация и процесс маркетинговых исследований	4	2	2	6		
2	Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	4	2	4	7		
3	Методы и организация сбора данных	4	2	4	7		
4	Обработка и анализ маркетинговой информации	4	2	4	7		
5	Отчет. Планирование. Финансирование маркетинговых исследований	4	1	4	7		
6	Исследование внешней предпринимательской среды	4	1	4	6		
		4					Зачет
Итого часов: 72			10	22	40		

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Организация и процесс маркетинговых исследований	4		0,5	11		
2	Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	4	0,5	0,5	11		
3	Методы и организация сбора данных	4	0,5	1	11		
4	Обработка и анализ маркетинговой информации	4	0,5	1	11		
5	Отчет. Планирование. Финансирование маркетинговых исследований	4	0,5	0,5	11		
6	Исследование внешней предпринимательской среды	4		0,5	11		
		4					Зачет
Итого часов: 72			2	4	66		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Промежуточный контроль и оценка результатов обучения по дисциплине «Маркетинговые исследования» осуществляется путем ответа на контрольные теоретические и проблемные вопросы на зачете.

Примерные вопросы к зачету по дисциплине «Маркетинговые исследования»

1. Понятие «маркетинговые исследования». Виды маркетинговых исследований.
2. Определение проблемы и цели в маркетинговых исследованиях.
3. Основные направления исследований в маркетинге. Классификация методов маркетинговых исследований. Критерии выбора методов исследования.

4. Правила проведения исследований, их связь с этическими нормами.
5. Понятие «процесс маркетинговых исследований». Гипотеза в маркетинговом исследовании, ее роль и значение для проведения исследования. Формулировка гипотез и их классификация.
6. Базы данных, используемых для планирования маркетинговых исследований.
7. Место и роль интервью в маркетинговом исследовании. Основные типы интервью. Методика и техника проведения интервью.
8. Экспертный опрос.
9. Классификация методов качественного исследования. Фокус-группа: принципы формирования состава и разработки вопросника, проблемы организации обсуждения.
10. Понятие и типология маркетинговой информации. Сущность первичной информации: ее преимущества и недостатки.
11. Разновидности количественных методов.
12. Анкетный опрос: логика построения, виды опросов и их назначение.
13. Сущность и возможности вторичной информации; ее преимущества и недостатки. Классификация источников вторичной информации в маркетинговых исследованиях.
14. Синдикативная информация.
15. Методы анализа документальной информации.
16. Основные этапы маркетингового исследования
17. Понятие и виды выборки. Принципы применения выборочных методов в эмпирических маркетинговых исследованиях
18. Методы вероятностной выборки. Методы невероятностной выборки
19. Многоступенчатая выборка. Определение объема выборки
20. Основы измерения, показатели измерения; измерения ожиданий, восприятий, предпочтений.
21. Наблюдение как метод конкретного маркетингового исследования.
22. Роль экспертных оценок в маркетинговом исследовании.
23. Виды коммуникаций в маркетинговом исследовании.
24. Содержание внутренних источников. Содержание внешних данных.
25. Критерии выбора объектов исследований.
26. Финансирование маркетинговых исследований
27. Формирование бюджета исследовательского проекта
28. Применение статистических методов обработки данных: группировки по признакам.
29. Классификация методов анализа маркетинговой информации. Эффективность маркетинговых исследований.
30. Технология проведения маркетинговых исследований на предприятиях.
31. Маркетинговая информационная система (МИС) и система поддержки принятия решений (СППР)
32. Услуги в сфере маркетинговых исследований

33. Понятие и сущность маркетингового анализа. Схема направлений маркетингового анализа.

34. Современное состояние методологии маркетинговых исследований.

35. Источники и методы сбора информации о состоянии рынка и конкретных организациях.

36. Характер кабинетных и полевых исследований.

37. Понятие и основные цели отчета маркетингового исследования.

38. Основные требования, предъявляемые к отчету. Основные критерии оценки отчета. Основные элементы, определяющие стандартную форму отчета. Порядок составления отчета.

39. Разведочные маркетинговые исследования.

40. Что понимается под методологией маркетинговых исследований?

41. Поисковое исследование. Причинно-следственный тип исследования. Маркетинговая разведка.

42. Организация отдела маркетинговых исследований в компании.

43. Этические проблемы, возникающие у исследователя при взаимодействии с клиентами, информаторами.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Н. Б. Сафронова. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 293 с. : ил., табл. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684403

Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 570 с. <https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-teoriya-i-praktika-533057>

б) Дополнительная литература:

Методы маркетинговых исследований : учеб. пособие (практикум) / М.М. Шульга .— Ставрополь : изд-во СКФУ, 2019 .— 107 с. <https://lib.rucont.ru/efd/705239/info>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <http://www.4p.ru> - практика и теория маркетинга
2. <http://www.marketing.spb.ru> - Энциклопедия маркетинга
3. <http://www.sostav.ru> – проекты в сфере маркетинга
4. <http://www.aup.ru> - административно-управленческий портал.
5. <http://www.eup.ru> - научно-образовательный портал Экономика и управление на предприятиях.
6. <http://www.rbc.ru> - Российский Бизнес- Консалтинг – РБК.
7. <https://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России
8. <https://raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью
9. www.rupr.ru - Журнал «PR в России»

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

- 1.Операционная система – Microsoft Windows 10;
- 2.Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
- 3.Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- 4.Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

-*современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).
2. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).
3. [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>

2.Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ) – информационная система <https://ramu.ru/ramu/>

3.Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://pr-info.ru/>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1.Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru)

2.Федеральная Государственная информационная система «Спорт» - профессиональная база данных. <https://sportrf.gov.ru/>

3."POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1.Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Маркетинговые исследования» для обучающихся гуманитарного института 2 курса, направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю Спортивная реклама и PR очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Экономики и права.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 4 семестр очный и заочный

Форма промежуточной аттестации: зачет.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Устный/письменный опрос	23	10
2	Тест «Маркетинговые исследования»	25	10
3	Практическая работа «Анализ маркетинговых рисков»	28	10
4	Подготовка доклада и презентации	35	10
5	Практическая работа «Исследование внешней предпринимательской среды»	40	30
6	Посещение занятий	В течение обучения	10
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	Практическая работа «Исследование внешней предпринимательской среды»	30
2	Тест «Маркетинговые исследования»	10
3	Практическая работа «Анализ маркетинговых рисков»	10
4	Подготовка доклада и презентации	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия, оцениваются при помощи следующих оценочных средств:

- Собеседование (Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний, обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п)
- Выполнение практических заданий (выполнение разноуровневых задач и заданий - Различают задачи и задания: репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения).
- Выполнение тестовых заданий.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам, завершающихся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра Менеджмента и экономики спортивной индустрии им. В.В.Кузина

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.15 «Маркетинговые исследования»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование)

Профиль:

Спортивная реклама и PR

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1.Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы

2.Семестр освоения дисциплины: 4 семестр.

3.Цель освоения дисциплины: получение студентами необходимых профессиональных знаний, умений и практических навыков, позволяющих осуществлять функцию маркетинговых исследований в организациях с целью обеспечения качества принимаемых управленческих решений.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК – 5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	4		4
УК-1.1	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач	4		4
УК 1.2	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	4		4
УК-1.3	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	4		4
УК-1.4	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	4		4
УК-1.5	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений	4		4
УК-1.6	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	4		4
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для	4		4

	планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта			
ПК-5.1.	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	4		4
ПК-5.2.	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	4		4
ПК-5.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	4		4

5. Краткое содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2 зачетных единицы, 72 академических часа.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Организация и процесс маркетинговых исследований	4	2	2	6		
2	Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	4	2	4	7		
3	Методы и организация сбора данных	4	2	4	7		
4	Обработка и анализ маркетинговой информации	4	2	4	7		
5	Отчет. Планирование. Финансирование маркетинговых исследований	4	1	4	7		
6	Исследование внешней предпринимательской среды	4	1	4	6		
		4					Зачет
Итого часов: 72			10	22	40		

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Организация и процесс маркетинговых исследований	4		0,5	11		
2	Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	4	0,5	0,5	11		
3	Методы и организация сбора данных	4	0,5	1	11		
4	Обработка и анализ маркетинговой информации	4	0,5	1	11		
5	Отчет. Планирование. Финансирование маркетинговых исследований	4	0,5	0,5	11		
6	Исследование внешней предпринимательской среды	4		0,5	11		
		4					Зачет
Итого часов: 72			2	4	66		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.16 Имиджелогия»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): "Спортивная реклама и PR"
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы,
связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Цель освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.16 Имиджелогия» заключается в подготовке специалиста, владеющего основополагающими знаниями о технологии формирования имиджа. Теоретическое освоение курса предполагает овладение профессиональной терминологией, знание принципов и правил имиджирования. Практическое освоение курса предполагает приобретение навыков имиджирования, которые конструируют модель положительного имиджа в области политики, экономики, спорта и других сфер общественной жизни.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Курс «Имиджелогия» способствует овладению знаниями и навыками, необходимыми для работы специалиста в области маркетинговых коммуникаций, организации рекламных процессов и оценки эффективности рекламных кампаний.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR» определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании развития теории имиджелогии и ее практического применения в рекламе и связях с общественностью.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «Имиджелогия» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данного курса является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное обучение) ¹
1	2	3	4	5
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				

¹Заполняется при наличии ускоренного обучения.

УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4	3	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	4	3	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	4	3	
ПК-3Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1.	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	4	3	
ПК-3.2.	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	4	3	
ПК-3.3.	Владеет инструментами медиапланирования.	4	3	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3зачетных единицы, 108академических часов.**

Очнаяформа обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основания имиджологии.	4	4	8	10		
2	Тема 2. Теоретические аспекты самопрезентации.	4	2	4	10		
3	Тема 3. Средства практической имиджологии.	4	4	4	14		
4	Тема 4. Управление корпоративным имиджем	4	4	4	16		

5	Тема 5. Формирование имиджа в различных профессиональных средах	4	4	6	14		
Итого часов: 108			18	26	64		Зачет

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основания имиджологии.	3	1		20		
2	Тема 2. Теоретические аспекты самопрезентации.	3		1	20		
3	Тема 3. Средства практической имиджологии.	3	1		20		
4	Тема 4. Управление корпоративным имиджем	3		1	20		
5	Тема 5. Формирование имиджа в различных профессиональных средах	3		2	22		
Итого часов: 108			2	4	102		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Зачёт.

Вопросы к зачету.

1. Имидж как историко-культурный феномен.
2. Имиджология: сущность и специфика.
3. Технологии построения имиджа.
4. Закономерности создания имиджэффекта.
5. Проявление влияния культуры на процесс восприятия
6. Влияние субкультурных образований на процесс восприятия информации

7. Привести примеры культурных противоречий, влияющих на адекватность восприятия.
8. Дать определение основным понятиям теории коммуникации.
9. Перечислить основные виды коммуникации.
10. Охарактеризовать степень влияния невербальных средств коммуникации на процесс восприятия.
11. Назвать коммуникационные барьеры в вербальной коммуникации.
12. Охарактеризовать основные группы потребителей модных изделий.
13. Определить соотношения понятий «мода» и «социальная норма».
14. Определить соотношение haute couture и pret-a-porter.
15. Определить моду как норму.
16. Критерии успешной кампании по Мендельсону
17. Характерные особенности толпы по Дж. Брауну.
18. Охарактеризовать модели лидеров, предложенные Дэвидом Винтером.
19. Обобщить концепцию моды Гофмана.
20. Определить, что может быть общего между имиджем спортсмена, политика, бизнесмена и частного лица.
21. Отличительные особенности имиджа фирмы от личного имиджа, имиджа товара, товарной марки.
22. Основные составляющие имиджа фирмы.
23. Значение специальных мероприятий и событий для имиджа фирмы
24. Корпоративная культура и фирменный стиль.
25. Значимость для имиджа цветовых предпочтений.
26. Важность разных типов коммуникации для имиджелогии.
27. Назвать коммуникационные барьеры в вербальной коммуникации.
28. Охарактеризовать степень влияния невербальных средств коммуникации на процесс восприятия.
29. Сформулировать общие положения коммуникационной стратегии при формировании имиджа фирмы или отдельного человека.
30. Теории символического интеракционизма.
31. Влияние образа жизни на имидж человека.
32. Специфика подхода имиджелогии к изучаемому предмету.
33. Роль легенды в формировании имиджа.
34. Влияние культурных образцов на формирование имиджа личности.
35. Определить теоретические основания имиджелогии.
36. Дать определение «Я-концепции».
37. Дать определение основным типам имиджей.
38. Определить теоретическое значение «Я-концепций» для имиджелогии.
39. Сравнить теоретический аспект понятий «образ» и «имидж».
40. Роль и значение понятия культурный образец для имиджелогии.
41. Определить основные положения теории Э. Кассирера.
42. Понятие «культурное тело», «имидж», «Я-концепция»: сходства и различия.
43. Роль и значение понятия образ жизни для имиджелогии.
44. Образ, имидж, миф: сходство и различия в логике теории имиджа.
45. Использование имиджевых технологий для анализа парламентских дебатов.
46. Коммуникативный анализ телевизионной рекламы.
47. Мифология советского времени.
48. Мифология американского кино.
49. Имидж политического лидера.
50. Имидж политической партии.
51. Имидж в шоу-бизнесе.
52. Имидж силовых структур.

53. Имидж спортивной команды.
54. Имидж отдельного вида спорта.
55. Имидж отдельного спортсмена.
56. Имидж страны
57. Построение корпоративного имиджа.
58. Построение имиджа партии с помощью телевидения.
59. Построение имиджа кандидата с помощью телевидения.
60. Использование теории коммуникации в имиджелогии.
61. Невербальная коммуникация и имидж.
62. Визуальное измерение в коммуникации и имиджелогии.
63. Мода, стиль, имидж.
64. «Я-концепции» и самопрезентация.
65. Положительная роль отрицательного имиджа.
66. Факторы формирования внутрикорпоративного имиджа.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Андреева, С. В. Имиджелогия : конспект лекций / С. В. Андреева ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт социально-культурных технологий, Кафедра социально-культурной деятельности. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 72 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=487647
2. Аронова, Т.В. Основы имиджелогии : учеб. пособие / Т.В. Аронова .— Москва : РГУФКСМиТ, 2018. — 74 с. <https://lib.rucont.ru/efd/671384/info>
3. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. <https://urait.ru/bcode/542098>

б) Дополнительная литература:

1. Горбунов, Н. П. Искусство создания имиджа / Н. П. Горбунов. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 86 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87025>
2. Имиджелогия: учебно-методическое пособие: / авт.-сост. М. В. Елкина ; Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. – Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2013. – 156 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=336073>
3. Имиджелогия: учебно-практическое пособие / сост. Р. А. Кадермятова ; Ульяновский государственный технический университет, Институт дистанционного и дополнительного образования. – Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет (УлГТУ), 2014. – 91 с <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363227>
4. Королёв, Р. Н. Персональный имидж / Р. Н. Королёв ; Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина. – Сыктывкар, 2020. – 58 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684954>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Имидж государственных органов: потенциал информационно-коммуникационных технологий <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-gosudarstvennyh-organov-potentsial-informatsionno-kommunikatsionnyh-tehnologii>
2. Имиджирование человека и бренда: пошаговый план создания <https://sidorinlab.ru/blog/imidzhirovanie-cheloveka-i-brenda-poshagovyy-plan-sozdaniya>
3. Имидж - одна из составляющих процесса трудоустройства

<https://ktzn.gov.spb.ru/professionalnaya-orientaciya/imidzh-odna-iz-sostavlyayushih-processa-trudoustrojstva>

4. Словарь Записки маркетолога . Имидж
5. https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_i/image

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

–программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\).](http://urait.ru)
- 2) [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\).](http://lib.rucont.ru)
- 3) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

- 1.Журнал «Реклама: теория и практика». - <http://www.grebennikoff.ru/product/8/>
- 2.Сайт "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>
Режим доступа: свободный
- 3.Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система.
- 4.Информационный портал «Информιο» – информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный
5. Public Relations в Российском контексте – информационная система (pr-info.ru)
6. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система (raso.ru)
7. Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система (infosport.ru)

8. Федеральный портал Российское образование – информационная система <https://edu.ru/>

9. Библиотека «Куб» <https://www.koob.ru/>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информιο» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>

Режим доступа: свободный

2. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. - <https://adindex.ru/about.phtml>. - <https://adindex.ru/>

3. Ассоциация креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>

4. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.16Имиджелогия» для обучающихся
института Гуманитарного 2 курса, направления подготовки/специальности:
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленности
(профилю): "Спортивная реклама и PR",
бакалавриат, форма обучения: очная

2022 год набора

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.

Сроки изучения дисциплины (модуля): для очной формы обучения - 4 семестр;

для заочной формы обучения - 3 семестр;

Форма промежуточной аттестации: *зачет*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Для очного отделения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме: «Возникновение имиджелогии как науки. Место имиджелогии в ряду современных наук».	5	5
2	Управляемая дискуссия на тему: «Имиджирование как форма самопрезентации».	6	10
3	Выступление на семинаре по теме: «Образ — имидж — миф: общее и уникальное».	7	5
4	Выполнение практического задания №1 по теме «Визуальные средства формирования имиджа».	8	5
5	Выполнение практического задания №2 по теме: «Имиджевая политика в бизнесе».	9	5
6	Тест по теме/модулю: «Заключительное».	10	5
7	Написание реферата по выбранной теме.	11	10
8	Презентация по теме «Корпоративная культура — основа имиджа».	11	10
9	Эссе на тему «Имидж спорта в современном мире».	11	15
10	Посещение занятий.	В течение семестра	10
11	Зачет.		20
	ИТОГО:		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме: «Возникновение имиджологии как науки. Место имиджологии в ряду современных наук»	5
3	Подготовка доклада «Образ — имидж — миф: общее и уникальное»	10
4	Подготовка доклада «Название», пропущенному студентом	5
5	Дополнительное тестирование по теме/модулю «Заключительное»	5
6	Написание реферата по выбранной теме.	15
7	Презентация по теме «Корпоративная культура — основа имиджа»	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

- Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.16 Имиджелогия»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): "Спортивная реклама и PR"
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.16 Имиджелогия» заключается в подготовке специалиста, владеющего основополагающими знаниями о технологии формирования имиджа. Теоретическое освоение курса предполагает овладение профессиональной терминологией, знание принципов и правил имиджирования. Практическое освоение курса предполагает приобретение навыков имиджирования, которые конструируют модель положительного имиджа в области политики, экономики, спорта и других сфер общественной жизни.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):

Для очной формы обучения – 4 семестр;

Для заочной формы обучения – 3 семестр;

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное обучение) ²
1	2	3	4	5
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4	3	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	4	3	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	4	3	
ПК-3Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1.	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	4	3	
ПК-3.2.	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы	4	3	

²Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	деятельности.			
ПК-3.3.	Владеет инструментами медиапланирования.	4	3	

4. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы, 108 академических часов.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основания имиджологии.	4	4	8	10		
2	Тема 2. Теоретические аспекты самопрезентации.	4	2	4	10		
3	Тема 3. Средства практической имиджологии.	4	4	4	14		
4	Тема 4. Управление корпоративным имиджем	4	4	4	16		
5	Тема 5. Формирование имиджа в различных профессиональных средах	4	4	6	14		
Итого часов: 108			18	26	64		Зачет

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	

1	Тема 1. Теоретические основания имиджологии.	3	1		20		
2	Тема 2. Теоретические аспекты самопрезентации.	3		1	20		
3	Тема 3. Средства практической имиджологии.	3	1		20		
4	Тема 4. Управление корпоративным имиджем	3		1	20		
5	Тема 5. Формирование имиджа в различных профессиональных средах	3		2	22		
Итого часов: 108			2	4	102		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.17 «Основы медиапланирования»

Направление подготовки: 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022,2023,2024,2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института

Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № _2_ от «_5_» _сентября_2023_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № _1_ от «_3_» _сентября_2024_ г.

Составители: Волкова Марина Сергеевна, кандидат педагогических наук, доцент
кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

1.Цель освоения дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования»: знакомство с основными аспектами медиапланирования, с отечественным и зарубежным опытом в этой области различных СМИ и других каналах распространения,а также выработка практических навыков и умений создания медиаплана как инструмента взаимодействия между рекламодателем и рекламными посредниками для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Язык, на котором реализуется дисциплина (модуль) «Основы медиапланирования», - русский.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина (модуль) «Основы медиапланирования» относится к блоку Б1.В.17 ООП (ОПОП).

К числу весьма актуальных проблем в системе подготовки специалиста по связям с общественностью относится понимание зависимости эффективности рекламы от целого ряда показателей, на которых и основано грамотное медиапланирование, понимание основ информационного маркетинга, умения работать со средствами массовой информации в сфере медиапланирования. Этим и обусловлена необходимость введения данного курса в систему дисциплин по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Изучение курса «Основы медиапланирования» тесно связано с изучением таких дисциплин, как «Теория и практика рекламы», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Копирайтинг», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Интегрированные коммуникации», «Основы маркетинга», «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта», «Брендинг в сфере спорта», «Маркетинговые исследования».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	форма обучения (ускоренное обучение) ¹
1	2	3	4	5
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять			

¹Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	системный подход для решения поставленных задач			
	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	5,6	5,6	
	УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	5,6	5,6	
	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	5,6	5,6	
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью			
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5,6	5,6	
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	5,6	5,6	
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	5,6	5,6	
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	5,6	5,6	
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью			
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5,6	5,6	
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	5,6	5,6	
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR-кампании.			
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	5,6	5,6	
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта			
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5,6	5,6	
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5,6	5,6	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Реклама и теория коммуникаций	5	1		2		
2	Основные понятия медиапланирования.	5	1		4		
3	Сущность, функции и задачи медиапланирования	5	2	2	4		
4	Основные параметры медиапланирования	5	2	2	10		
5	Стратегия и тактика медиапланирования	5	2	6	10		
6	Основные этапы медиапланирования.	5	2	12	10		
7	Процесс медиапланирования						
	Итого: 72	5	10	22	40		Зачет
8	Разработка брифа	6	2	2	5		
9	Оценка и контроль эффективности медиаплана	6	2	2	4		
10	Традиционные средства распространения рекламы	6	2	4	6		
11	Реклама в прессе	6	2	4	6		
12	Реклама на телевидении.	6	2	2	6		
13	Реклама на радио.	6	2	2	6		
14	Наружная и транзитная реклама	6	2	4	6		
15	Реклама в Интернете	6	2	2	6		
16	Специфика планирования в различных носителях	6	4	6	6		
		6				9	Экзамен
	Итого: 108	6	20	28	51	9	
Всего часов: 180			30	50	91	9	

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Реклама и теория коммуникаций. Основные понятия медиапланирования. Сущность, функции и задачи медиапланирования. Основные параметры медиапланирования. Стратегия и тактика медиапланирования.	5	1	4	42		
2	Основные этапы медиапланирования. Процесс медиапланирования.	5	1	2	22		
	Итого: 72		2	6	64		Зачет
3	Разработка брифа. Оценка и контроль эффективности медиаплана	6	2	2	28		
4	Традиционные средства распространения рекламы. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Наружная и транзитная реклама. Реклама в Интернете. Специфика планирования в различных носителях	6	2	4	61		
		6				9	Экзамен
	Итого: 108		4	6	89	9	
Всего часов: 180			6	12	153	9	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) «Основы медиапланирования» (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования»).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Основы медиапланирования».

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется в форме зачета (5 семестр) и экзамена (6 семестр).

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании. Возникновение медиапланирования: история вопроса.
2. Основные тенденции развития СМИ в конце XX - начале XXI веков.
3. Выбор рекламных носителей.
4. Значение показателя «доля аудитории в данный момент времени».
5. Показатель «доля аудитории передачи», его расчет.
6. Показатель «количество контактов», его расчет.
7. Показатель «сумма рейтингов».
8. Показатель «индекс соответствия», его значение и практическое применение.
9. Расчет показателей «стоимость одного пункта рейтинга», «стоимость за 1000 контактов», их взаимосвязь.
10. Расчет показателя «средняя частота контактов».
11. Значение показателя «охват аудитории».
12. Исследование эффективности медиаплана.
13. Методология оценки эффективности средств массовой коммуникации.
14. Методы исследования аудитории прессы.
15. Методы исследования аудитории радио.
16. Методы исследования аудитории телевидения.
17. Методы формирования рекламного бюджета.
18. Описание целевой аудитории.
19. Определение рекламного бюджета.
20. Оценка эффективности рекламной коммуникации.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

21. Понятие медиапланирования. Цели и задачи медиапланирования.
22. Понятие медиастратегии.
23. Понятие рейтинга, его расчет, факторы, влияющие на его величину.
24. Понятие целевой аудитории.
25. Реклама в Интернет .
26. Реклама в печатных периодических изданиях.
27. Реклама на радио.
28. Реклама на телевидении.
29. Рекламная коммуникация и ее цели.
30. Современные прикладные программные продукты для медиапланирования.
31. Специфика рекламы в различных СМИ.
32. Средства распространения рекламы.
33. Структура медиаплана. Разработка медиаплана.
34. Теории эффективной частоты.

35. Функции массовой коммуникации и ее значение.
36. Характеристика основных субъектов рынка рекламы в СМИ
37. Ценообразование на рекламное время в СМИ.
38. Этапы медиапланирования.
39. Анализ рекламной активности конкурентов.
40. Восток-запад: особенности планирования и проведения рекламных кампаний.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования».

а) Основная литература

1. Бузин, В. Н. Медиапланирование : теория и практика : учебное пособие / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 493 с.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684925
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=112200

б) Дополнительная литература

1. Маршалл, П. Контекстная реклама, которая работает / Б. Тодд; П. Маршалл .— Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014 .— 453 с. — ISBN 978-5-00057-116-3 .— URL: <https://lib.rucont.ru/efd/300580>
2. Поляков В. А. Основы рекламы: учебное пособие / В. А. Поляков, Г. А. Васильев. - М.: Юнити-Дана, 2012. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>
3. Сенаторов, А.А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / А.А. Сенаторов .— Москва : Альпина Паблишер, 2016 .— 161 с. — ISBN 978-5-9614-5526-7 .— URL: <https://lib.rucont.ru/efd/796776>
4. Эйнштейн, М. . Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / М. . Эйнштейн .— Пер. с англ. — Москва : Альпина Паблишер, 2017 .— 305 с. — ISBN 978-1-68219-042-5 (англ.) .— ISBN 978-5-9614-6243-2 (рус.) .— URL: <https://lib.rucont.ru/efd/810788>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <https://www.sostav.ru/> - Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
2. <https://adindex.ru/> - информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).
2. Электронная библиотечная система «Руконт» (lib.rucont.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система (informio.ru).
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия <http://www.garant.ru/>
3. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://www.elibrary.ru/>
4. Журнал «PR в России». - <https://www.prjournal.ru/> Режим доступа: свободный
5. Журнал «Реклама: теория и практика». - <http://www.grebennikoff.ru/product/8/> Режим доступа: свободный
6. Сайт "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/> Режим доступа: свободный

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>
2. Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных <https://insportexpo.com/>
3. Блог Reputation Capital Group <https://reputationcapital.blog/>
4. Сайт Ассоциации креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования»

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.В.17 «ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ» для обучающихся Гуманитарного института 3 курса направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) Спортивная реклама и PR очной, заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины: 5,6 семестр очная и заочная форма

Форма промежуточной аттестации: зачет (5 семестр), экзамен (6 семестр)

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ²	Максимальное кол-во баллов
	5 семестр		
1	Выполнение практических заданий по теме «Сущность, функции и задачи медиапланирования» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	6 неделя	
2	Выполнение практических заданий по теме «Основные параметры медиапланирования» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	7 неделя	
3	Выполнение практических заданий по теме «Стратегия и тактика медиапланирования» (тренинги, творческие задания, репродуктивные задачи и задания). Выступление с презентациями «Сравнение двух печатных медиа», «Сравнение двух телевизионных передач одинаковой тематической направленности»	8-10 неделя	20+20
4	Выполнение практических заданий на семинаре по темам «Основные этапы медиапланирования», «Процесс медиапланирования». Медиадиктант.	11- 15 неделя	5

5	Выполнение практических заданий на семинаре по темам «Основные этапы медиапланирования», «Процесс медиапланирования». Выполнение тестов по дисциплине (модулю).	16 неделя	10
6	Защита реферата по предложенным темам	7-17 неделя	25
			80 баллов
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов
	6 семестр		
1	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Разработка брифа» (репродуктивные задачи и задания, творческие задания)	23 неделя	2
2	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Оценка и контроль эффективности медиаплана» (репродуктивные задачи и задания, творческие задания)	24 неделя	2
3	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Традиционные средства распространения рекламы» (творческие задания, тренинги, репродуктивные задачи и задания)	25 неделя	2
4	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Традиционные средства распространения рекламы» (творческие задания, тренинги, репродуктивные задачи и задания)	26 неделя	2
5	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Реклама в прессе» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	27 неделя	2
6	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Реклама в прессе» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	28 неделя	2
7	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Реклама на телевидении» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	28 неделя	2
8	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Реклама на радио» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	28 неделя	2
9	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Наружная и транзитная реклама» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	29 неделя	2

10	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Наружная и транзитная реклама» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	30 неделя	2
11	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Реклама в Интернете» (тренинги, репродуктивные задачи и задания)	31 неделя	2
12	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Специфика планирования в различных носителях» (творческие задания, тренинги, репродуктивные задачи и задания)	32 неделя	2
13	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Специфика планирования в различных носителях» (творческие задания, тренинги, репродуктивные задачи и задания)	33 неделя	2
14	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Специфика планирования в различных носителях» (творческие задания, тренинги, репродуктивные задачи и задания)	34 неделя	2
15	Тесты по дисциплине (модулю)	34 неделя	3
16	Защита реферата по предложенным темам	31-34 неделя	10
17	Презентация к реферату	31-34 неделя	5
			70 баллов
	Экзамен		30
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для студентов, пропустивших занятия по уважительной причине

№	Виды текущего контроля	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение практического задания по теме «Основные параметры медиапланирования», пропущенной студентом	5
2	Выполнение практического задания по теме «Разработка брифа», пропущенной студентом	5
3	Выполнение практического задания по теме «Оценка и контроль эффективности медиаплана», пропущенной студентом	5
4	Дополнительное тестирование по теме «Специфика планирования в различных СМИ», пропущенной студентом	5
5	Терминологический диктант	5

6	Написание реферата по темам, пропущенным студентом	15
7	Презентация по теме «Реклама на телевидении», пропущенной студентом	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ.

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы) дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования».
- Для обучающихся, пропустивших занятия, предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплине (модулю) «Основы медиапланирования», завершающейся зачетом (5 семестр)

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплине (модулю) «Основы медиапланирования», завершающейся экзаменом (6 семестр)

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Шкала успеваемости по дисциплине (модулю) «Основы медиапланирования» при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-
гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.17 «ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ»

Направление подготовки: 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 5, 6 семестры (очная форма), 5, 6 (заочная форма).

3. Цель освоения дисциплины (модуля): знакомство с основными аспектами медиапланирования, с отечественным и зарубежным опытом в этой области, знакомство с проблемами создания эффективных планов размещения рекламы в различных СМИ и других каналах распространения, а также выработка практических навыков и умений создания медиаплана как инструмента взаимодействия между рекламодателем и рекламными посредниками для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью».

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

В результате освоения дисциплины (модуля) «Основы медиапланирования» обучающийся должен быть:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач(УК-1);

- способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью(ПК-3);

- способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью(ПК-4);

- способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта(ПК-5).

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	форма обучения (ускоренное обучение) ³
1	2	3	4	5

³Заполняется при наличии ускоренного обучения.

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач			
	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	5,6	5,6	
	УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	5,6	5,6	
	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	5,6	5,6	
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью			
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5,6	5,6	
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	5,6	5,6	
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	5,6	5,6	
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	5,6	5,6	
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью			
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5,6	5,6	
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR-кампании.	5,6	5,6	
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	5,6	5,6	
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта			
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5,6	5,6	

	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5,6	5,6	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Реклама и теория коммуникаций	5	1		2		
2	Основные понятия медиапланирования.	5	1		4		
3	Сущность, функции и задачи медиапланирования	5	2	2	4		
4	Основные параметры медиапланирования	5	2	2	10		
5	Стратегия и тактика медиапланирования	5	2	6	10		
6	Основные этапы медиапланирования.	5	2	12	10		
7	Процесс медиапланирования						
	Итого: 72	5	10	22	40		Зачет
8	Разработка брифа	6	2	2	5		
9	Оценка и контроль эффективности медиаплана	6	2	2	4		
10	Традиционные средства распространения рекламы	6	2	4	6		
11	Реклама в прессе	6	2	4	6		
12	Реклама на телевидении.	6	2	2	6		
13	Реклама на радио.	6	2	2	6		
14	Наружная и транзитная реклама	6	2	4	6		
15	Реклама в Интернете	6	2	2	6		
16	Специфика планирования в различных носителях	6	4	6	6		

		6				9	Экзамен
	Итого: 108	6	20	28	51	9	
Всего часов: 180			30	50	91	9	

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Реклама и теория коммуникаций. Основные понятия медиапланирования. Сущность, функции и задачи медиапланирования. Основные параметры медиапланирования. Стратегия и тактика медиапланирования.	5	1	4	42		
2	Основные этапы медиапланирования. Процесс медиапланирования.	5	1	2	22		
	Итого: 72		2	6	64		Зачет
3	Разработка брифа. Оценка и контроль эффективности медиаплана	6	2	2	28		
4	Традиционные средства распространения рекламы. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Наружная и транзитная реклама. Реклама в Интернете. Специфика планирования в различных носителях	6	2	4	61		
		6				9	Экзамен
	Итого: 108		4	6	89	9	
Всего часов: 180			6	12	153	9	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.18. МЕНЕДЖМЕНТ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01–Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Мысенко Галина Владимировна – к.п.н., доцент, доцент кафедры рекламы,
связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Менеджмент межкультурных взаимодействий» является: получение студентами базовых знаний о содержании и основных направлениях межкультурного менеджмента в условиях современного глобализированного общества, о роли данного вида социальной практики в коммуникации организации и в структуре деятельности специалистов в области связей с общественностью и рекламы.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Менеджмент межкультурных взаимодействий» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, и читается по очной 4 семестр и заочной форме обучения 4 семестр – на втором курсе.

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриата Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов как «Введение в коммуникационные специальности», «Культурология», «Основы теории коммуникации».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Менеджмент межкультурных взаимодействий», будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Этнология и этнопсихология», «Организация и проведение коммуникационных кампаний».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5	<i>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</i>	4		4
УК-5.1	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации	4		4
УК-5.2	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4		4
УК-5.3	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм	4		4
УК-5.4	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4		4
УК-5.5	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации	4		4
УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	4		4
ПК-2	<i>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</i>	4		4
ПК-2.1	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	4		4
ПК-2.2	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	4		4
ПК-2.3	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	4		4

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2 зачетных единицы, 72 академических часа**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Общие основы менеджмента межкультурных взаимодействий.	4	2	4	4		
2	Тема 2. Сущность культуры. Роль коммуникации в концепции культуры. Кросскультурный шок	4	2	2	6		
3	Тема 3. Национальная культура и ее роль в межкультурном взаимодействии.	4	2	4	6		
4	Тема 4. Деловая культура и основные подходы к ее классификации.	4	2	6	8		
5	Тема 5. Виды межкультурного взаимодействия.	4	2	4	6		
6	Тема 6. Реклама и ПР в межкультурных взаимодействиях.	4	2	4	6		
Итого часов: 72			10	22	40		зачет

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Общие основы менеджмента межкультурных взаимодействий.	4	1	-	8		

2	Тема 2. Сущность культуры. Роль коммуникации в концепции культуры. Кросскультурный шок	4	-	1	8		
3	Тема 3. Национальная культура и ее роль в межкультурном взаимодействии.	4	-	1	10		
4	Тема 4. Деловая культура и основные подходы к ее классификации.	4	1		12		
5	Тема 5. Виды межкультурного взаимодействия.	4	-	1	12		
6	Тема 6. Реклама и ПР в межкультурных взаимодействиях.	4	-	1	16		
Итого часов: 72			2	4	66		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Сущность межкультурного (кросскультурного) менеджмента.
2. Концепции культуры в кросс-культурном менеджменте
3. Исторический аспект межкультурных взаимодействий.
4. Социально-психологический аспект межкультурных взаимодействий.
5. Языковой аспект межкультурных взаимодействий.
6. Межкультурные коммуникации в международных отношениях.
7. Разнообразие определений понятия «культура».
8. Исторические сценарии развития культуры.
9. Этнокультурные стереотипы.
10. Культурный шок. Причины возникновения и способы преодоления.

11. Понятие, составляющие, функции национальной культуры (языковая, ценностная, нормативная).
12. Основные теории культуры, используемые в менеджменте межкультурных взаимодействий
13. Системный подход к содержанию культуры.
14. Дополнительные параметры национальной культуры.
15. Понятие «деловая культура». Основные подходы к классификации деловых культур.
16. Классификация деловых культур по Р. Льюису.
17. Классификация деловых культур по Ф. Тромпенаарсу
18. Классификация деловых культур по Г. Хофстиду
19. Основные отличия западного и восточного стиля менеджмента.
20. Подходы к типологизации межкультурного взаимодействия.
21. Идеальные типы взаимодействия культур
22. Типология культур, проблемы и перспективы диалога между культурами
23. Механизм межкультурного взаимодействия. Межкультурный контакт и межкультурный диалог
24. Формы и результаты межкультурного взаимодействия.
25. Основные проблемы межкультурного взаимодействия в XXI в.
26. Реклама и ПР как средства межкультурной коммуникации.
27. Рекламные тексты и лейтмотивы национальных брендов.
28. Различия в отдельных странах, требующие адаптации рекламы.
29. Особенности подхода к рекламе в разных странах.
30. Образы, имиджи и стереотипы в межкультурных коммуникациях и международном культурном обмене.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 254 с. - <https://urait.ru/book/teoriya-mezhkulturnoy-kommunikacii-532529>

б) Дополнительная литература:

1. Багновская, Н.М. Культурология : учебник / Н.М. Багновская .— 4-е изд. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 419 с. - <https://lib.rucont.ru/efd/689399>

2. Багновская, Н. М. Культурология : учебник : [16+] / Н. М. Багновская. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 420 с. - <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684373>

3. Международные отношения и мировая политика : учебник для вузов / П. А. Цыганков [и др.] ; под редакцией П. А. Цыганкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 279 с. - <https://urait.ru/book/mezhdunarodnye-otnosheniya-i-mirovaya-politika-511513>

4. Жесткова, Н.А. Конспект лекций по учебной дисциплине «Основы теории коммуникации» по специальности: 031600 – Реклама и связи с общественностью / Н.А. Жесткова .— Самара : Изд-во ПГУТИ, 2014 .— 54 с. - <https://lib.rucont.ru/efd/319905/info>

5. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — <https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-511672>

в)Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Журнал «Обсерватория культуры». - <https://observatoria.rsl.ru/jour>
2. «Основы межкультурной коммуникации. Советы для гостей Китая». - <http://interculturalcomm.tilda.ws/>
3. Российский научно-просветительский портал, посвященный эволюции человека. - <http://antropogenez.ru/>.
4. Журнал «Международные коммуникации». - <https://intcom-mgimo.ru/>

г)Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1)Операционная система – Microsoft Windows 10;
- 2)Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
- 3)Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- 4)Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

–современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) Образовательная платформа Юрайт (urait.ru).
- 2) Электронная библиотечная система «Руконт» (lib.rucont.ru).
- 3) Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

- 1) Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система (informio.ru)
- 2) Информационный портал фонда «Русский мир». - <https://russkiymir.ru/>
- 3) Федеральный портал Российское образование – информационная система (edu.ru)
- 4) Библиотека «Куб» (www.koob.ru).
- 5) Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

- 1) Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru)
- 2) «Межкультурный диалог». - <https://icdialogue.ru/>
- 3) Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru)

- 4) «Основы межкультурной коммуникации. Советы для гостей Китая».
<http://interculturalcomm.tilda.ws/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.18. Менеджмент межкультурных взаимодействий» для обучающихся Гуманитарного института 2 курса направления подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): 4 семестр очная и заочная

Форма промежуточной аттестации: зачет в 4 семестре.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Выступление с докладом на семинаре по теме 1 «Общие основы менеджмента межкультурных взаимодействий»	26 неделя	5
2	Выполнение практического задания №1 по теме 2 «Сущность культуры. Роль коммуникации в концепции культуры. Кросскультурный шок»	28 неделя	10
3	Выступление с докладом на семинаре по теме 3 «Национальная культура и ее роль в межкультурном взаимодействии»	31 неделя	5
4	Презентация по теме 4 «Деловая культура и основные подходы к ее классификации»	33 неделя	10
5	Выступление с докладом на семинаре по теме 5 «Виды межкультурного взаимодействия»	35 неделя	5
6	Выполнение практического задания №2 по теме 5 «Виды межкультурного взаимодействия»	37 неделя	10
7	Деловая игра по теме 6 «Реклама и PR в межкультурных взаимодействиях»	39 неделя	15
8	«Круглый стол» по пройденным темам	41 неделя	10
9	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Заочная форма

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ²	Максимальное кол-во баллов
1	Выступление с докладом на семинаре по теме 1 «Общие основы менеджмента межкультурных взаимодействий»		5
2	Выполнение практического задания №1 по теме 2 «Сущность культуры. Роль коммуникации в концепции культуры. Кросскультурный шок»		10
3	Выступление с докладом на семинаре по теме 3 «Национальная культура и ее роль в межкультурном взаимодействии»		5
4	Презентация по теме 4 «Деловая культура и основные подходы к ее классификации»		10
5	Выступление с докладом на семинаре по теме 5 «Виды межкультурного взаимодействия»		5
6	Выполнение практического задания №2 по теме 5 «Виды межкультурного взаимодействия»		10
7	Деловая игра по теме 6 «Реклама и ПР в межкультурных взаимодействиях»		15
8	«Круглый стол» по пройденным темам		10
9	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Терминологический диктант по теме «Общие основы менеджмента межкультурных взаимодействий»	5
2	Контрольная работа по теме «Сущность культуры. Роль коммуникации в концепции культуры. Кросскультурный шок»	5
3	Выполнение практического задания №3 по теме «Деловая культура и основные подходы к ее классификации»	10
4	Презентация по теме «Виды межкультурного взаимодействия»	10
5	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15

² Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.О.27, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01–Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля)составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа.

2.Семестры освоения дисциплины (модуля):4семестр

3.Цель освоения дисциплины (модуля): обучение студентов теоретическим основам рекламного дела,ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области рекламного продвижения, выработка у них практических навыков эффективного использования рекламных технологий в различных сферах с учетом запросов и потребности общества и аудитории.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5	<i>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</i>	4		4
УК-5.1	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации	4		4
УК-5.2	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4		4
УК-5.3	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм	4		4
УК-5.4	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	4		4
УК-5.5	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации	4		4

УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	4		4
ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	4		4
ПК-2.1	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	4		4
ПК-2.2	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	4		4
ПК-2.3	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	4		4

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2 зачетных единицы, 72 академических часа**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Общие основы менеджмента межкультурных взаимодействий.	4	2	4	4		
2	Тема 2. Сущность культуры. Роль коммуникации в концепции культуры. Кросскультурный шок	4	2	2	6		
3	Тема 3. Национальная культура и ее роль в межкультурном взаимодействии.	4	2	4	6		
4	Тема 4. Деловая культура и основные подходы к ее классификации.	4	2	6	8		
5	Тема 5. Виды межкультурного взаимодействия.	4	2	4	6		
6	Тема 6. Реклама и ПР в межкультурных взаимодействиях.	4	2	4	6		

Итого часов: 72			10	22	40		зачет
Заочная форма							
№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Общие основы менеджмента межкультурных взаимодействий.	4	1	-	8		
2	Тема 2. Сущность культуры. Роль коммуникации в концепции культуры. Кросскультурный шок	4	-	1	8		
3	Тема 3. Национальная культура и ее роль в межкультурном взаимодействии.	4	-	1	10		
4	Тема 4. Деловая культура и основные подходы к ее классификации.	4	1		12		
5	Тема 5. Виды межкультурного взаимодействия.	4	-	1	12		
6	Тема 6. Реклама и ПР в межкультурных взаимодействиях.	4	-	1	16		
Итого часов: 72			2	4	66		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.19 Консалтинг в связях с общественностью»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.
Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 3 от «_02_» ___ октября 2022 ___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 2 от «_15» ___ сентября _ 2023 ___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол №1 от «_3_» сентября ___ 2024 ___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № от «_» ___ 20 ___ г.

Составитель:

Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы,
связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.19 Консалтинг в связях с общественностью» является изучение практики современного консалтинга в России и мире, выявить его основные черты и выработать навыки организации и планирования консультационной деятельности; формирование у студентов умений и навыков обращения к консалтинговым проблемам в деятельности PR-компаний.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Курс «Консалтинг в связях с общественностью» способствует формированию знаний и навыков, необходимых для работы будущего специалиста в области рекламных и PR-коммуникаций.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR», определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование в процессе обучения профессиональных знаний и навыков организации и планирования консультационной деятельности PR-компаний.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным, в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данного курса является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального, экономического, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное) ¹
1	2	3	4	5
УК-1Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				

¹Заполняется при наличии ускоренного обучения.

Начальный этап УК-1.2.	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	8	9	
Продвинутый этап УК-1.4.	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	8	9	
Завершающий этап УК-1.5.	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	8	9	
УК-1.6.	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
ПК-2Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1 Начальный этап	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	8	9	
ПК-2.2. Продвинутый этап	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	8	9	
ПК-2.3. Завершающий этап	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	8	9	
ПК-3Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 Начальный этап	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	8	9	
ПК-3.2. Продвинутый этап	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	8	9	
ПК-3.5.	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
ПК-3.3. Завершающий этап	Владеет инструментами медиапланирования	8	9	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2зачетные единицы, 72академических часа.

Очнаяформа обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цели, задачи, области применения, тенденции развития	8	2	4	8		
2	Тема 2. Консалтинг как профессиональная деятельность: историческая ретроспектива, современное состояние и перспективы развития	8	2	4	6		
3	Тема 3. Консалтинг в сфере связей с общественностью. Функции PR-консультанта по управлению коммуникациями	8	2	4	8		
4	Тема 4. Классификация консалтинговых услуг.Специфика российского PR-консалтинга	8	2	2	6		
5	Тема 5. Стадии консалтингового процесса и этапы консалтингового проекта: краткая содержательная характеристика	8	1	4	8		
6	Тема 6. Приемы работы PR-консультанта. Коммуникационные тактики активного и пассивного маркетинга консалтинговых услуг	8	1	2	6		
Итого часов: 72			10	20	42		Зачет

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цели, задачи, области применения, тенденции развития	9	1	1	10		
2	Тема 2. Консалтинг как профессиональная деятельность: историческая ретроспектива, современное состояние и перспективы развития	9		2	10		
3	Тема 3. Консалтинг в сфере связей с общественностью. Функции PR-консультанта по управлению коммуникациями	9	1	2	10		
4	Тема 4. Классификация консалтинговых услуг. Специфика российского PR-консалтинга	9		1	10		
5	Тема 5. Стадии консалтингового процесса и этапы консалтингового проекта: краткая содержательная характеристика	9	1	1	10		
6	Тема 6. Приемы работы PR-консультанта. Коммуникационные тактики активного и пассивного маркетинга консалтинговых услуг	9	1	1	10		
Итого часов:72			4	8	60		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Зачет.

Вопросы к зачету.

1. Сущность и характеристика консалтинга. Основные подходы к определению консалтинга
2. Направления консалтинга. Коммуникационный консалтинг как методология решения специфических задач
3. Функции PR-консультанта по управлению коммуникациями
4. Историческая ретроспектива становления консалтинга как профессиональной деятельности
5. Современное состояние и перспективы развития консалтинга как сферы профессиональных услуг
6. Особенности российского рынка консалтинга
7. Маркетинговые стратегии, применимые на рынке консалтинговых услуг
8. Основания классификации видов консалтинговых услуг
9. Основные направления PR-консалтинга
10. Коммуникационные тактики пассивного маркетинга консалтинговых услуг
11. Коммуникационные тактики активного маркетинга консалтинговых услуг
12. Стадии консалтингового процесса
13. Виды консультационного контракта, структура и содержательное наполнение
14. Предпроектная стадия консультирования с позиции клиента: процесс осознания проблемы и поиска консультанта
15. Содержательная характеристика стадии Диагностирования
16. Аспекты определения проблемы и характеристики проблемы. Источники информации о проблеме
17. Методы анализа проблемной ситуации в рамках этапа Диагностирования: системный анализ, причинный анализ, анализ «поля сил», SWOT-анализ, матрица Бостонской консалтинговой группы, модель «5-ти сил М. Портера», модель «7S McKinsey», модель «4P».
18. Основные барьеры на этапе разработки решений в управленческом консультировании
19. Оценка альтернативных решений. Выбор оптимального консалтингового решения
20. Представление клиенту предложений по осуществлению изменений в организации
21. Этап внедрения. Роль консультанта на этапе внедрения консалтинговых решений
22. Психология изменений: восприятие изменений, причины сопротивления изменениям, уровни осуществления изменений
23. Стратегии и тактики внедрения изменений в клиентской организации
24. Социально-психологическая модель внедрения изменений К. Левина
25. Обучение и подготовка персонала организации-заказчика к внедрению изменений: методы
26. Обеспечение нового порядка работы в клиентской организации: поддержка и контроль новой практики
27. Завершение сотрудничества консультанта и клиента: планирование выхода из клиентской организации
28. Мониторинг эффективности и оценка результатов деятельности консультанта: направления и критерии
29. Отчетные документы на завершающем этапе консультационной деятельности: виды, структуры и содержание, требования к оформлению
30. Ценообразование в консалтинге: 4 подхода к определению стоимости консультационных услуг
31. Коммуникационные тактики пассивного маркетинга консалтинговых услуг
32. Коммуникационные тактики активного маркетинга консалтинговых услуг

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учеб. пособие / Ф.И. Шарков .— 4-е изд., стер. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 406 с.
2. <https://rucont.ru/efd/688995>
3. Блюмин, А.М. Информационный консалтинг: теория и практика консультирования : учебник / А.М. Блюмин .— 3-е изд., стер. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 362 с. — (Учебные издания для бакалавров) <https://rucont.ru/efd/688979>
4. Токмакова, Н. О. Менеджмент-консалтинг : учебно-методический комплекс / Н. О. Токмакова, М. В. Андриянова. — Москва: Евразийский открытый институт, 2009. — 271 с. — <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90378>
5. Киреева, О. Ф. Коммуникационный консалтинг как средство обеспечения информационной безопасности в современном обществе / О. Ф. Киреева. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К°, 2020. — 138 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698303>

б) Дополнительная литература:

1. Алексеев, С.В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий = Sports Management. Organization and Carrying of Physical Cultures and Sports Activities Regulation : учебник / ред. П.В. Крашенинников; Моск. гос. юрид. ун-т им. О. Е. Кутафина (МГЮА); С.В. Алексеев .— Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 688 с. <https://rucont.ru/efd/358983>
2. Лабутин, К. М. Управленческое консультирование: менеджмент-консалтинг / К. М. Лабутин. — Москва: Лаборатория книги, 2010. — 96 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88750>
3. Блинов, А. О. Управленческое консультирование : учебник / А. О. Блинов, В. А. Дресвянников. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2023. — 211 с.. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710002>
4. Сударьянто, Я. П. Международный рынок консалтинговых услуг в России : учебное пособие / Я. П. Сударьянто, А. В. Гуреев. — Москва: Дашков и К°, 2018. — 239 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573195>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Международный пресс-клуб по PR <https://gtmarket.ru/organizations/mpk-chumikov-pr/info>
2. Научно-технический центр «Ресурсы и консалтинг» <https://ntc-rik.ru/>
3. Главное о ресурсном консалтинге: что это такое и кому он необходим <https://ef-tech.ru/blog/glavnoe-o-resursnom-konsaltinge-chto-eto-takoe-i-komu-on-neobkhodim/>
4. Консалтинговых компаний <https://cetera.ru/portfolio/fields/consulting/>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

—программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru)
- 2) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный
2. Public Relations в Российском контексте – информационная система (pr-info.ru)
3. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система (raso.ru)
4. Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система (infosport.ru)
5. Библиотека «Куб» <https://www.koob.ru/>
6. Федеральный портал Российское образование – информационная система (edu.ru)
7. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система.
8. Журнал «Реклама: теория и практика». - <http://www.grebennikoff.ru/product/8/>
9. Сайт "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>
Режим доступа: свободный

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный
2. Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных <https://insportexpo.com/>
Режим доступа: свободный
3. Блог Reputation Capital Group <https://reputationcapital.blog/>
Режим доступа: свободный
4. Сайт Ассоциации креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>
Режим доступа: свободный

5. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Б1.В.19Консалтинг в связях с общественностью» для студентов
Гуманитарного института 4 курса, обучающихся по направлению подготовки: 42.03.01.
«Реклама и связи с общественностью», профилю «Спортивная реклама и PR»,
бакалавриат, форма обучения: очно/заочная

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Ведущий преподаватель: *Протасова Надежда Вадимовна*

Сроки изучения дисциплины:

Очная форма обучения - 8 семестр;

Заочная форма обучения - 9 семестр;

Форма промежуточного контроля: *зачет*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме 1 «Теоретические и концептуальные основы консультирования»		5
2	Выступление на семинаре по теме 2 «Консалтинг как профессиональная деятельность»		10
3	Презентация по теме 3 «Консалтинг в сфере связей с общественностью»: «Функции PR-консультанта по управлению коммуникациями»		10
4	Выполнение практического задания №1 по теме: «Классификация консалтинговых услуг»		10
5	Выполнение практического задания №2 по теме «Стадии консалтингового процесса»		10
6	Деловая игра на тему: «Представление клиенту предложений по осуществлению изменений в организации» по теме «Этапы консалтингового проекта»		10
7	Практикум: «Коммуникационные тактики активного и пассивного маркетинга консалтинговых услуг» по теме «Приемы работы PR-консультанта»		5

8	Написание реферата на выбранную тему		10
9	Посещение занятий	В течение семестра	10
10	Зачет		20
11	ИТОГО:		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме 1 «Сущность и характеристика консалтинга. Основные подходы к определению консалтинга»	5
2	Эссе по теме, пропущенной студентом	5
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	10
4	Выполнение практического задания №3 (Стратегии и тактики внедрения изменений в клиентской организации) по теме «Этапы консалтингового проекта»	10
5	Презентация по теме 5. «Содержательная характеристика стадии Диагностирования»	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.В.19 Консалтинг в связях с общественностью»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора: 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва- 2021

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля):

Для очной формы обучения - 8 семестр;

Для заочной формы обучения – 9 семестр

3. Цель освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.19 Консалтинг в связях с общественностью» является изучение практики современного консалтинга в России и мире, выявить его основные черты и выработать навыки организации и планирования консультационной деятельности; формирование у студентов умений и навыков обращения к консалтинговым проблемам в деятельности PR-компаний.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

5.

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное) ²
1	2	3	4	5
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				
Начальный этап УК-1.2.	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	8	9	
Продвинутый этап УК-1.4.	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	8	9	
Завершающий этап УК-1.5.	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	8	9	
УК-1.6.	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			

²Заполняется при наличии ускоренного обучения.

ПК-2Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1 Начальный этап	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	8	9	
ПК-2.2. Продвинутой этап	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	8	9	
ПК-2.3. Завершающий этап	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	8	9	
ПК-3Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 Начальный этап	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	8	9	
ПК-3.2. Продвинутой этап	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	8	9	
ПК-3.5.	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
ПК-3.3. Завершающий этап	Владеет инструментами медиапланирования	8	9	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2зачетные единицы, 72академических часа.**

Очнаяформа обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарског о типа	Самостоятел ьная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цели, задачи, области применения, тенденции развития	8	2	4	8		
2	Тема 2. Консалтинг как профессиональная деятельность: историческая ретроспектива, современное состояние и перспективы развития	8	2	4	6		
3	Тема 3. Консалтинг в сфере связей с общественностью. Функции PR-консультанта по управлению коммуникациями	8	2	4	8		
4	Тема 4. Классификация консалтинговых услуг. Специфика российского PR-консалтинга	8	2	2	6		
5	Тема 5. Стадии консалтингового процесса и этапы консалтингового проекта: краткая содержательная характеристика	8	1	4	8		
6	Тема 6. Приемы работы PR-консультанта. Коммуникационные тактики активного и пассивного маркетинга консалтинговых услуг	8	1	2	6		
Итого часов: 72		10	20	42			Зачет

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарског о типа	Самостоятел ьная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цели, задачи, области применения, тенденции развития	9	1	1	10		

2	Тема 2. Консалтинг как профессиональная деятельность: историческая ретроспектива, современное состояние и перспективы развития	9		2	10		
3	Тема 3. Консалтинг в сфере связей с общественностью. Функции PR-консультанта по управлению коммуникациями	9	1	2	10		
4	Тема 4. Классификация консалтинговых услуг. Специфика российского PR-консалтинга	9		1	10		
5	Тема 5. Стадии консалтингового процесса и этапы консалтингового проекта: краткая содержательная характеристика	9	1	1	10		
6	Тема 6. Приемы работы PR-консультанта. Коммуникационные тактики активного и пассивного маркетинга консалтинговых услуг	9	1	1	10		
Итого часов:72		4		8	60		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра Истории цивилизации, физической культуры, спорта и
олимпийского образования**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.В.20 Основы антидопинговой деятельности»

Направление подготовки:
42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

Направленность
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и
социологии
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Истории цивилизации, физической культуры,
спорта и олимпийского образования
Протокол №03 от «09» сентября 2024 г.

Составители: Мельникова Наталия Юрьевна – доктор педагогических наук,
профессор, заведующая кафедрой ИЦФКСиОО РУС "ГЦОЛИФК" (общая
редакция)

Леонтьева Надежда Сергеевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры
ИЦФКСиОО РУС "ГЦОЛИФК"

Леонтьева Любовь Сергеевна – старший преподаватель кафедры ИЦФКСиОО
РУС "ГЦОЛИФК"

1.Цель освоения дисциплины

Целью данного курса является формирование специальных знаний, умений и компетенций в области антидопинговой деятельности у специалистов, чья профессиональная деятельность связана со спортом, в том числе детским, юношеским и студенческим.

Дисциплина реализуется на русском языке

2.Место дисциплины в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина является важной основой для формирования углубленного понимания будущей профессиональной деятельности выпускника.

Дисциплина органично связана с отдельными элементами ООП:

–базируется на изучении профессиональных дисциплин (модулей) / прохождении отдельных типов практики: *История, Основы права, История физической культуры и спорта, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Теория и практика связей с общественностью и др;*

–является предшествующей освоению профессиональных дисциплин (модулей) / прохождении отдельных типов практики: *Международные отношения, Политология, Организация работы отделов PR в сфере физической культуры и спорта и др./ Преддипломная практика;*

–итоговая оценка уровня сформированности освоенных за период практики компетенций проводится в рамках процедуры государственной итоговой аттестации.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-7Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знать: определение основных категорий и понятий, характеризующих физическое здоровье и здоровый образ жизни человека; основы физического здоровья человека; возможности укрепления здоровья человека; основные методы физического воспитания и самовоспитания. Уметь: использовать принципы здорового образа жизни человека; применять основные методы физического воспитания и самовоспитания. Владеть: опытом использования принципов здорового образа жизни; опытом применения основных методов физического воспитания и самовоспитания.	4	4
ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: нормативные основы профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта Уметь: применять нормативную документацию в профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта Владеть: навыками профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	4	4

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Введение в предмет. Определение и содержание понятия «допинг». Исторический и этический аспекты. Современное определение понятия «допинг».	4	2	4	8		
2.	Последствия применения допинга. Запрещенный список. Терапевтическое использование запрещенных субстанций и методов.	4	2	4	8		
3.	Допинг-контроль Права и обязанности спортсмена. Пулы тестирования и система АДАМС. Процедура допинг-контроля.	4	2	4	8		
4.	Международные правовые аспекты антидопинговой деятельности Конвенции Совета Европы и ЮНЕСКО. Всемирный антидопинговый кодекс. Международные стандарты.	4	2	4	8		
5.	Правовые аспекты антидопинговой деятельности в РФ. Общероссийские антидопинговые правила. Взаимодействие с национальными спортивными федерациями. Взаимодействие с регионами.	4	2	6	8		
Итого часов: 72			10	22	40		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Введение в предмет. Определение и содержание понятия «допинг». Исторический и	4	1	1	12		

	этический аспекты. Современное определение понятия «допинг».					
2.	Последствия применения допинга. Запрещенный список. Терапевтическое использование запрещенных субстанций и методов.	4	1		12	
3.	Допинг-контроль Права и обязанности спортсмена. Пулы тестирования и система АДАМС. Процедура допинг-контроля.	4		1	12	
4.	Международные правовые аспекты антидопинговой деятельности Конвенции Совета Европы и ЮНЕСКО. Всемирный антидопинговый кодекс. Международные стандарты.	4		1	14	
5.	Правовые аспекты антидопинговой деятельности в РФ. Общероссийские антидопинговые правила. Взаимодействие с национальными спортивными федерациями. Взаимодействие с регионами.	4		1	16	
Итого часов: 72			2	4	66	зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Вопросы к зачету

По курсу «История и организация антидопинговой деятельности»

1. Современное определение понятия «допинг».
2. Перечислите основные документы в области антидопингового законодательства.
3. Права и обязанности спортсмена и персонала спортсмена.
4. Международные организации по борьбе с допингом.
5. Всемирный антидопинговый кодекс. Основные аспекты.
6. Международный стандарт по тестированию и расследованиям. Расскажите о нем.
7. Что такое международная конвенция? Какие конвенции по борьбе с допингом вы знаете?
8. Конвенция против применения допинга Совета Европы 1989 года. Расскажите о данном документе.

- 9.Какие меры направлены на ограничение доступности допинга и применения запрещенных допинговых препаратов и методов допинга согласно Европейской конвенции?
- 10.Информационно-просветительная деятельность по борьбе с допингом.
- 11.Международное сотрудничество в области антидопинговой деятельности.
- 12.Дайте определение «спортсмен».
- 13.Что такое «вспомогательный персонал спортсмена»?
- 14.Международная Конвенция о борьбе с допингом в спорте ООН - «ЮНЕСКО» 2005 года. Что вы знаете о ней?
- 15.Всемирное антидопинговое агентство. Основные направления деятельности.
- 16.Национальные организации по борьбе с допингом. Расскажите об основных направлениях их деятельности.
- 17.Что такое "пул тестирования"?
- 18.Что такое принцип «строгой ответственности» и в чем он заключается?
- 19.Действие какого закона распространяется на пищевые добавки?
- 20.Почему пищевые добавки могут быть опасны?
- 21.Что такое «диуретик», его влияние на организм?
- 22.Что такое «анаболик», его влияние на организм?
- 23.Что такое «стимулятор», его влияние на организм?
- 24.Система «Адамс». Расскажите о ней.
- 25.Что такое «Допинг-контроль»?
- 26.Правила процедуры допинг-контроля.
- 27.Последствия применения допинга.
- 28.Раскройте содержание понятий «Соревновательное тестирование» и «Внесоревновательный допинг-контроль».
- 29.Всемирный антидопинговый кодекс. Расскажите, что вы знаете об этом документе.
- 30.Запрещенный список – Международный стандарт. Расскажите об основных аспектах данного документа
- 31.Стандарт выдачи разрешений на терапевтическое использование. Что вы знаете о реализации данного документа?
- 32.Какие основные цели Всемирного антидопингового кодекса и Всемирной антидопинговой программы?
- 33.Какие международные стандарты по борьбе с допингом вы знаете?
- 34.Что означает «точный визуальный контроль» при сборе мочи для допинг-контроля?
- 35.Где можно узнать достоверную информацию о действующих положениях в отношении какого-либо препарата?
- 36.Что означает аббревиатура БАД?
- 37.Кодекс ВАДА. Расскажите основные аспекты.
- 38.Дайте определение понятию «Дух спорта».
- 39.Что такое «фальсификация или попытка фальсификации»?
- 40.В чем заключается нарушение «Назначение или попытка назначения любому Спортсмену запрещенной субстанции или запрещенного метода»?
- 41.В чем заключается нарушение «Соучастие»?

42. В чем заключается нарушение «Запрещенное сотрудничество»?
43. В чем заключается «Нарушение порядка предоставления информации о местонахождении»?
44. В чем заключается нарушение «Уклонение, отказ или неявка на процедуру сдачи проб»?
45. Какие существуют доказательства нарушения антидопинговых правил?
46. В чем заключается риск применения биологически активных добавок?
47. Раскройте суть «Правила «местонахождения»».
48. В чем заключаются нарушения «Непредоставление информации» и «Пропущенный тест»?
49. Расшифруйте аббревиатуру ИДК.
50. Над какими спортсменами обладают юрисдикцией *национальные* антидопинговые организации?
51. Над какими спортсменами обладают юрисдикцией *международные* антидопинговые организации?
52. Какие существуют легитимные причины отсрочки немедленной явки спортсмена на пункт допинг-контроля?
53. Расскажите о правах и обязанностях спортсмена в рамках процедуры допинг-контроля.
54. Расскажите об особенностях прохождения процедуры допинг-контроля для несовершеннолетних и спортсменов с ограниченными физическими возможностями.
55. Раскройте алгоритм действий антидопинговой организации в случае «неблагоприятного результата анализа».
56. Раскройте алгоритм действий спортсмена в случае «неблагоприятного результата анализа».
57. Расскажите о правилах хранения и использования проб.
58. Раскройте алгоритм действий спортсмена в системе «Адамс».
59. Какие санкции могут быть применены по отношению к спортсмену в случае нарушения антидопинговых правил?
60. Какие санкции могут быть применены по отношению к персоналу спортсмена в случае нарушения антидопинговых правил?
61. От каких факторов зависит период дисквалификации?
62. Какие существуют возможные сроки дисквалификации?
63. Что такое «существенное содействие»?
64. Расскажите об особенностях финансовых последствий в случае нарушения антидопинговых правил?
65. Что такое «обязательное публичное обнародование»?
66. Какие существуют критерии для включения препарата в Запрещенный список?
67. Какие субстанции и методы запрещены как в соревновательный, так и во внесоревновательный периоды?
68. Какие субстанции и методы запрещены только в соревновательный период?
69. Расскажите о критериях выдачи разрешений на терапевтическое использование?

70. Раскройте содержание понятия «Конфиденциальность информации» в рамках антидопинговой деятельности?
71. Комитеты по выдаче разрешений на терапевтическое использование. Расскажите о них.
72. Раскройте алгоритм процедуры подачи заявки на разрешение на терапевтическое использование.
73. Какие сведения должна включать заявка на разрешение на ТИ?
74. Что такое «Ретроактивное разрешение на ТИ»? Какие нормы и правила действуют в данном случае?
75. Раскройте алгоритм представления декларации об использовании.
76. Расскажите о требованиях в отношении медицинского досье в случае астмы и ее клинических вариантов.
77. Расскажите об истории создания национальной антидопинговой организации «РУСАДА».
78. Расскажите об основной Миссии и задачах РУСАДА.
79. Какие образовательные программы реализует РУСАДА в рамках антидопинговой деятельности?
80. Расскажите о деятельности РУСАДА в субъектах Российской Федерации.
81. Органы управления и учредители РУСАДА. Расскажите о них.
82. Наблюдательный совет РУСАДА. Расскажите о его составе и основных направлениях деятельности.
83. Состав и основные направления деятельности Дисциплинарного антидопингового комитета.
84. Раскройте суть миссии и основной цели Стратегии РУСАДА по предотвращению использования допинга 2017-2020 гг.
85. Раскройте основные положения программы «Предотвращение посредством ИКО».
86. Какие целевые группы определены в рамках реализации Стратегии РУСАДА по предотвращению использования допинга 2017-2020 гг.
87. Какие ключевые инструменты определены в рамках реализации программы «Предотвращение посредством ИКО»?
88. Раскройте суть инструмента «Информация» в рамках реализации программы «Предотвращение посредством ИКО».
89. Раскройте суть инструмента «Коммуникация» в рамках реализации программы «Предотвращение посредством ИКО».
90. Раскройте суть инструмента «Образование» в рамках реализации программы «Предотвращение посредством ИКО».

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

а) Основная литература:

1. Андриянова, Е. Ю. Профилактика допинга в спорте : учебное пособие для

вузов / Е. Ю. Андриянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 134 с. Режим доступа: <https://urait.ru/book/profilaktika-dopinga-v-sporte-518927>

2. Основы антидопингового обеспечения : [16+] / авт.-сост. Н. В. Минникаева, Р. С. Жуков, С. В. Шабашева ; Кемеровский государственный университет. — Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2019. — 139 с. : ил. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684965

б) дополнительная литература:

1. Допинг в спорте: от А до Я : учебное пособие / Т. И. Долматова, И. В. Осадченко, И. Е. Слепенчук, А. Г. Демирчоглян. — Малаховка : МГАФК, 2017. — 164 с. <https://lib.rucont.ru/efd/772179/info>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Всемирное антидопинговое агентство (ВАДА) – <http://www.wada-ama.org/>

– Всемирный антидопинговый кодекс, 2021 г. -

<https://www.rusada.ru/about/documents/wada-code-and-other-international-standards/>

– Общероссийские антидопинговые правила. Утв. приказом Минспорта России от 24 июня 2021 г. N 464, М. – 2021 г. - <https://www.rusada.ru/about/documents/all-russian-anti-doping-rules/>

- Кодекс и другие международные стандарты ВАДА -

<https://www.rusada.ru/about/documents/wada-code-and-other-international-standards/>

– Олимпийский комитет России - <http://olympic.ru/>

– Международный олимпийский комитет - <https://www.olympic.org/>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1) Операционная система – Microsoft Windows 10;

2) Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;

3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;

4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1) [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](https://urait.ru).

2) Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).

3) Электронная библиотечная система «Руко́нт» (lib.rucont.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Независимая Национальная антидопинговая организация РУСАДА – электронный образовательный ресурс (rusada.ru)

Режим доступа: свободный

2. Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (https://www.informio.ru/)

3. Библиотека «Куб» – электронный образовательный ресурс (www.koob.ru)

Режим доступа: свободный

4. Федеральный портал Российское образование – информационная система (edu.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (https://www.informio.ru/)

2. Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных (minsport.gov.ru)

Режим доступа: свободный

3. Антидопинговое обеспечение – профессиональная база данных (minsport.gov.ru)

Режим доступа: свободный

4. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru)

Режим доступа: свободный

5. Единый календарный план межрегиональных, всероссийских и международных физкультурных мероприятий, и спортивных мероприятий – информационная система (minsport.gov.ru) Режим доступа: свободный

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Основы антидопинговой деятельности» для обучающихся Социально-гуманитарного факультета направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Спортивная реклама и PR» очная, заочная форма обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Истории цивилизации, физической культуры, спорта и олимпийского образования
Сроки изучения дисциплины: 4 семестр – очная и заочная форма обучения
Форма промежуточной аттестации: *зачет*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Презентация №1	3 неделя	10
2	Презентация №2	4-8 недели	10
3	Тест	5 неделя	17
4	Творческое задание	6 неделя	17
5	Реферат	7 неделя	10
6	Посещений занятий	В течение семестра	16
7	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	<i>Презентация</i>	<i>10</i>
2	<i>Тест</i>	<i>17</i>
3	<i>Творческое задание</i>	<i>17</i>
4		

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра Истории цивилизации, физической культуры,
спорта и олимпийского образования**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

«Б1.В.20 Основы антидопинговой деятельности»

Направление подготовки:
42.03.01" Реклама и связи с общественностью"

Направленность
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1.Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 часа.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины: 4 семестр – очная и заочная форма обучения.

3.Цель освоения дисциплины: Целью данного курса является формирование специальных знаний, умений и компетенций в области антидопинговой деятельности у специалистов, чья профессиональная деятельность связана со спортом, в том числе детским, юношеским и студенческим.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	наименование	Очная форма обучения	заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-7Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знать: определение основных категорий и понятий, характеризующих физическое здоровье и здоровый образ жизни человека; основы физического здоровья человека; возможности укрепления здоровья человека; основные методы физического воспитания и самовоспитания. Уметь: использовать принципы здорового образа жизни человека; применять основные методы физического воспитания и самовоспитания. Владеть: опытом использования принципов здорового образа жизни; опытом применения основных методов физического воспитания и самовоспитания.	4	4
ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: нормативные основы профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта Уметь: применять нормативную документацию в профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта Владеть: навыками профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	4	4

5.Краткое содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
6.	Введение в предмет. Определение и содержание понятия «допинг». Исторический и этический аспекты. Современное определение понятия «допинг».	4	2	4	8		
7.	Последствия применения допинга. Запрещенный список. Терапевтическое использование запрещенных субстанций и методов.	4	2	4	8		
8.	Допинг-контроль Права и обязанности спортсмена. Пулы тестирования и система АДАМС. Процедура допинг-контроля.	4	2	4	8		
9.	Международные правовые аспекты антидопинговой деятельности Конвенции Совета Европы и ЮНЕСКО. Всемирный антидопинговый кодекс. Международные стандарты.	4	2	4	8		
10.	Правовые аспекты антидопинговой деятельности в РФ. Общероссийские антидопинговые правила. Взаимодействие с национальными спортивными федерациями. Взаимодействие с регионами.	4	2	6	8		
Итого часов: 72			10	22	40		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
6.	Введение в предмет. Определение и содержание понятия «допинг». Исторический и этический аспекты. Современное определение понятия «допинг».	4	1	1	12		
7.	Последствия применения допинга. Запрещенный список. Терапевтическое использование запрещенных субстанций и методов.	4	1		12		
8.	Допинг-контроль Права и обязанности спортсмена. Пулы тестирования и система АДАМС. Процедура допинг-контроля.	4		1	12		
9.	Международные правовые аспекты антидопинговой деятельности Конвенции Совета Европы и ЮНЕСКО. Всемирный	4		1	14		

	антидопинговый кодекс. Международные стандарты.						
10.	Правовые аспекты антидопинговой деятельности в РФ. Общероссийские антидопинговые правила. Взаимодействие с национальными спортивными федерациями. Взаимодействие с регионами.	4		1	16		
Итого часов: 72			2	4	66		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.21 ПРИНЦИПЫ И ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составители:

Майоров Олег Вячеславович - доцент кафедры рекламы, связей с
общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Принципы и технологии создания рекламного продукта» является: формирование теоретических представлений о сущности продукта рекламного продукта, процессе создания рекламы и ее продвижения, практических умений по моделированию собственных рекламных кампаний при осуществлении профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к разряду модуля профильных дисциплин вариативной части – Б1.В.21. Дисциплина «Принципы и технологии создания рекламного продукта» читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 6-м семестре, по заочной форме обучения – на третьем курсе в 6-м семестре.

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой студентов Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов как «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Социология рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов PR в сфере физической культуры и спорта». В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Принципы и технологии создания рекламного продукта» будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Психология рекламы и связей с общественностью», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	6		6
	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	6		6
	УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	6		6
	УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	6		6
	УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	6		6
	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	6		6
	УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	6		6
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	6		6
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	6		6
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	6		6
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	6		6
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	6		6
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	6		6

ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	6		6
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	6		6
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	6		6
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	6		6

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **4 зачетных единицы, 144 академических часа**

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Понятие рекламного продукта в сфере спорта: сущность, предпосылки появления, принципы и этапы разработки рекламы. Виды рекламы	6	4	5	10	-	
2	Тема 2. Характеристика стадий творческого процесса создания рекламного продукта	6	4	5	10	-	
3	Тема 3. Технологии подготовки рекламного продукта к выводу на рынок: определение целевых аудиторий; выбор каналов передачи информации о продукте; формирование бюджета	6	4	20	16	-	
4	Тема 4. Поддержка продвижения рекламного продукта: разработка	6	4	10	16	-	

	PR-инструментария; выбор имиджевых лиц, позиционирующих продукт; выбор информационных партнеров и т.п.						
5	Тема 5. Контроль эффективности продвижения рекламного продукта: мнение фокус-групп; экспертное мнение; мнение потребителей, программное обеспечение и др.	6	4	10	10	-	
6	Тема 6. Технологии обновления рекламного продукта: модификация, смещение акцентов, замена, отказ, ноу-хау, заимствование и др.	6	4	10	10		<i>К.р.</i>
						9	<i>экзамен</i>
Итого часов: 144			24	40	71	9	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Понятие рекламного продукта в сфере спорта: сущность, предпосылки появления, принципы и этапы разработки рекламы. Виды рекламы	6	0,5	0,5	20		
2	Тема 2. Характеристика стадий творческого процесса создания рекламного продукта	6	0,5	0,5	20		
3	Тема 3. Технологии подготовки рекламного продукта к выводу на рынок: определение целевых аудиторий; выбор каналов передачи информации о продукте; формирование бюджета	6	0,5	2	25		
4	Тема 4. Поддержка продвижения рекламного продукта: разработка	6	0,5	2	20		

	PR-инструментария; выбор имиджевых лиц, позиционирующих продукт; выбор информационных партнеров и т.п.						
5	Тема 5. Контроль эффективности продвижения рекламного продукта: мнение фокус-групп; экспертное мнение; мнение потребителей, программное обеспечение и др.	6	1	0,5	20		
6	Тема 6. Технологии обновления рекламного продукта: модификация, смещение акцентов, замена, отказ, ноу-хау, заимствование и др.	6	1	0,5	20		<i>К.р.</i>
						9	<i>Экзамен</i>
Итого часов: 144			4	6	125	9	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие «рекламный продукт» / реклама в сфере спорта и сущность его составляющих
2. Характеристика общественных явлений, способствующих появлению заказа на создание рекламного продукта

3. Методология, основные концептуальные подходы и принципы формирования рекламного продукта в сфере спорта.
4. Этапы разработки рекламы продукта.
5. Аналитические, прогностические и исследовательские мероприятия, предваряющие создание рекламного продукта.
6. Характеристика стадий творческого процесса создания рекламного продукта.
7. Определение целевых аудиторий рекламного продукта – потребителей рекламы. Составление портрета целевой аудитории.
8. Выбор каналов передачи и продвижения рекламы.
9. Методы сбора информации о бенч-маркетинговых технологиях
10. Разработка рекламных инструментария.
11. Разработка контр-методов для «сбивающих факторов» при продвижении продукта
12. Усиление эффективности рекламного продукта. Выбор имиджевых лиц, позиционирующих продукт, эксклюзивность, социально-ориентированность, кастомизация и другое.
13. Формирование бюджета для создания успешной / эффективной рекламы.
14. Оригинальность и ноу-хау в системе разработки рекламного продукта.
15. Методики оценки качественного и количественного эффекта создания и продвижения рекламного продукта.
16. Экспертное мнение. Мнение фокус-групп. Мнение потребителей.
17. Движущие причины обновления рекламного продукта: конкурентные войны, жизненный цикл продукта, развитие отрасли.
18. Технологии обновления рекламного продукта.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)
а) Основная литература:

1. Информационные технологии в профессиональной деятельности / Т.В. Марзаева .— Улан-Удэ : Бурятский государственный университет, 2015 .— 71 с. — Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/348195>

2. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы: учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. —Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

3. Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.]; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 235 с. <https://urait.ru/bcode/519464>

4. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta-510974>

5. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/531182>

6. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта: учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/533551>

б) *Дополнительная литература:*

1. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Булатова С.Н.; С.Н. Булатова. — Кемерово: КемГУКИ, 2012. — 80 с. — Электронно-библиотечная система РУКОНТ. <https://lib.rucont.ru/efd/237152/info>
2. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. — Москва: Лаборатория книги, 2010. — 89 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274
3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство «Юрайт», 2023. — 218 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostyu-531709>
4. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. — Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. — 196 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849
5. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А.В. Починкин. — Москва: Спорт, 2017. 385 с. — Электронная библиотечная система «Рукоонт» <https://lib.rucont.ru/efd/641213>
6. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие: [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. — Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. — 144 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568
7. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437>

8. Шарков, Ф. И. Спортивная журналистика : учебник / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под ред. Ф. И. Шаркова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 184 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=697044

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. PRexplore— ресурс о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиатехнологиях. <https://prexplore.ru> Режим доступа: свободный
2. «Маркетинговый ход» - авторский канал с кейсами на тему рекламы, маркетинга, PR <https://t.me/MarketingPloy>
3. «Fan Engagement | Маркетинг и коммерция» – авторский канал с кейсами спортивной индустрии и сфере физической культуры и спорта t.me/fanengagement Режим доступа: свободный
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>
5. PR и реклама. Обзор электронных ресурсов. Российская государственная библиотека. <https://www.rsl.ru/ru/nauka/editions/bibliography-editions/pr-i-reklama-obzor-elektronnyix-resursov> Режим доступа: свободный
6. Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://www.pr-info.ru/> Режим доступа: свободный
7. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. <https://raso.ru/> Режим доступа: свободный
8. Энциклопедия маркетинга <https://www.marketing.spb.ru/> Режим доступа: свободный
9. Mediabitch – интернет-портал о PR <http://mediabitch.ru/>

10. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. <https://adindex.ru/>
11. Бюро цифрового маркетинга <https://6-sense.pro/resource>
12. Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных insportexpo.com
13. Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных minsport.gov.ru
14. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru) Режим доступа: свободный
15. Сайт Ассоциации креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>
16. Холдинг «СБК. Спорт Бизнес Консалтинг» – профессиональная база данных (<https://s-bc.ru>).
17. "POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>
18. Sostav.ru Независимый проект брендингового агентства Depot. <https://www.sostav.ru/>
19. Всероссийский центр изучения общественного мнения. База данных [Данные опросов - ВЦИОМ-Навигатор \(wciom.ru\)](http://wciom.ru)
20. Ассоциация менеджеров: деловое объединение России (<https://amr.ru/>)
Режим доступа: свободный

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного

документа Adobe Acrobat Reader DC;

4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).
2. [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

AdvertMe – цифровой ресурс об инструментах рекламы, маркетинга <https://www.advertme.ru>

Цифровой ресурс о digital-маркетинге
<https://rusability.ru/>

Журнал «PR в России». <https://www.prjournal.ru/>
Режим доступа: свободный

Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://elibrary.ru/>
Режим доступа: с использованием логина и пароля

[Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)

Федеральный портал Российское образование – информационная система (edu.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Outdoor-Клуб — цифровая площадка сообщество профессионалов в области наружной рекламы
<https://www.outdoor.ru>

Социальная реклама : информационно-аналитический портал <https://www.socreklama.ru/>

[Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)

Deadline.Media -
профессиональная социальная сеть для журналистов, стрингеров, блогеров, PR-менеджеров, пресс-секретарей, маркетологов и экспертов-нюсмейкеров <https://deadline.media/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Принципы и технологии создания рекламного продукта» для обучающихся Гуманитарного института 3 очный, 4 заочный курсов направления подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): 6 семестр очный, 6 семестр заочный

Форма промежуточной аттестации: контр. работа, экзамен

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Тест по теме 1 «Сущность, предпосылки появления, принципы разработки рекламного продукта»	2 неделя	5
2	Выступление на семинаре «Разработка креативной концепции рекламного продукта» по теме 2 «Характеристика стадий творческого процесса создания продукта»	4 неделя	5
3	Презентация «Определение целевых аудиторий; выбор каналов передачи информации о продукте; формирование бюджета на создание рекламы» по теме 3 «Технологии подготовки рекламного продукта к выводу на рынок»	6 неделя	10
4	Выполнение практического задания №1 по теме «Разработка рекламы по продвижению продукта / услуг»	8 неделя	10
5	Выполнение практического задания №2 по теме «Выбор имиджевых лиц, позиционирующих продукт; выбор информационных партнеров»	10 неделя	10
6	Деловая игра «Мнение фокус-групп; экспертное мнение; мнение потребителей» по теме «Контроль эффективности продвижения рекламного продукта»	12 неделя	10
7	Практикум: «Модификация, ноу-хау, заимствование инструментов рекламы» по теме «Технологии обновления продукта»	13 неделя	10
8	Посещение занятий	В течение семестра	10

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения

	Экзамен		30 баллов
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме 1 «Понятие рекламного продукта в сфере спорта»	5
2	Эссе по теме, пропущенной студентом	5
3	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	10
4	Выполнение практического задания №3 (Разработка рекламного инструментария) по теме «Поддержка продвижения рекламного продукта»	10
5	Презентация по теме 5. «Характеристика стадий творческого процесса создания рекламного продукта»	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

**Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего
контроля успеваемости**

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Б1.В.21., ПРИНЦИПЫ И ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО
ПРОДУКТА»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единицы

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): бсеместр-очный, 6 семестр заочный

Цель освоения дисциплины (модуля): формирование теоретических представлений о сущности продукта в сфере спорта, процессе его создания и продвижения и практических умений по моделированию собственного продукта при осуществлении профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	6		6
	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	6		6
	УК-1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	6		6
	УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	6		6
	УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	6		6
	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	6		6
	УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	6		6
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и	6		6

	офлайн коммуникаций			
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	6		6
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	6		6
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	6		6
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	6		6
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	6		6
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	6		6
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	6		6
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	6		6
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	6		6

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **4 зачетных единицы, 144 академических часа**

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Понятие рекламного продукта в сфере спорта: сущность, предпосылки появления, принципы и этапы разработки рекламы. Виды рекламы	6	4	5	10	-	

2	Тема 2. Характеристика стадий творческого процесса создания рекламного продукта	6	4	5	10	-	
3	Тема 3. Технологии подготовки рекламного продукта к выводу на рынок: определение целевых аудиторий; выбор каналов передачи информации о продукте; формирование бюджета	6	4	20	16	-	
4	Тема 4. Поддержка продвижения рекламного продукта: разработка PR-инструментария; выбор имиджевых лиц, позиционирующих продукт; выбор информационных партнеров и т.п.	6	4	10	16	-	
5	Тема 5. Контроль эффективности продвижения рекламного продукта: мнение фокус-групп; экспертное мнение; мнение потребителей, программное обеспечение и др.	6	4	10	10	-	
6	Тема 6. Технологии обновления рекламного продукта: модификация, смещение акцентов, замена, отказ, ноу-хау, заимствование и др.	6	4	10	10		<i>К.р.</i>
						9	<i>экзамен</i>
Итого часов: 144			24	40	71	9	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Понятие рекламного продукта в сфере спорта: сущность, предпосылки появления, принципы и этапы разработки рекламы. Виды рекламы	6	0,5	0,5	20		

2	Тема 2. Характеристика стадий творческого процесса создания рекламного продукта	6	0,5	0,5	20		
3	Тема 3. Технологии подготовки рекламного продукта к выводу на рынок: определение целевых аудиторий; выбор каналов передачи информации о продукте; формирование бюджета	6	0,5	2	25		
4	Тема 4. Поддержка продвижения рекламного продукта: разработка PR-инструментария; выбор имиджевых лиц, позиционирующих продукт; выбор информационных партнеров и т.п.	6	0,5	2	20		
5	Тема 5. Контроль эффективности продвижения рекламного продукта: мнение фокус-групп; экспертное мнение; мнение потребителей, программное обеспечение и др.	6	1	0,5	20		
6	Тема 6. Технологии обновления рекламного продукта: модификация, смещение акцентов, замена, отказ, ноу-хау, заимствование и др.	6	1	0,5	20		<i>К.р.</i>
						9	<i>Экзамен</i>
Итого часов: 144			4	6	125	9	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Б1.В.22 ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ
ПРЕСС-СЛУЖБЫ»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института

Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составители:

Майоров Олег Вячеславович - доцент кафедры рекламы, связей с
общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является приобретение базовых знаний для возможного выполнения нового вида профессиональной деятельности в профессиональной сфере (в части деятельности пресс-служб спортивных организаций) с формированием/совершенствованием профессиональных компетенций.

Данная дисциплина относится к разряду модуля профильных дисциплин базовой части – **Б1.В.22**, и предназначена:

- для ознакомления студентов с комплексом теоретических знаний и приобретения ими практических умений в части деятельности организации пресс-служб;
- овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и прикладными алгоритмами управления деятельностью пресс-службы спортивной организации в соответствии с её миссией, целями и ценностями;
- выработка практических навыков эффективного использования актуальных и инновационных PR-технологий в деятельности пресс-службы.

Преподавание данного курса позволит сформировать и расширить область профессиональной подготовки студентов, готовящихся к аналитической и практической деятельности в сфере физической культуры и спорта.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Основы деятельности спортивной пресс-службы» читается по очной форме обучения – на 4-ом курсе в 8-м семестре; по заочной форме обучения – на пятом – в 9-ом семестре.

Дисциплина представляет цикл гуманитарных социально-экономических дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой студентов Гуманитарного института РГУФКСМиТ.

Освоение учебного материала на дневном обучении способствует параллельному эффективному прохождению других теоретических дисциплин таких как «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Профессионально-творческая практика», «Организация и проведение коммуникационных кампаний

На заочном обучении освоение программы способствует параллельному эффективному прохождению таких дисциплин как «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Преддипломная практика».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	8		9
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	8		9
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	8		9
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	8		9
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	8		9
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	8		9
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	8		9
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	8		9
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR- деятельности организации.	8		9

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы, 108 академических часов.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Тема 1. Теоретические аспекты и предпосылки создания и значение пресс-службы спортивной организации.	8	2	2	5	-	
2.	Тема 2. Ресурсное обеспечение пресс-службы: кадры, информационное, техническое и финансовое обеспечение	8	4	4	10	-	
3.	Тема 3. Регламентация деятельности пресс-службы спортивной организации: нормативно-правовые аспекты, регламенты спортивных событий, этические нормы.	8	2	4	5	-	
4.	Тема 4. Типовые задачи и проекты пресс-службы и технологии их реализации	8	2	3	6	-	
5.	Тема 5. Инновационные подходы в деятельности пресс-службы	8	2	4	6	-	
6.	Тема 6. Event в системе деятельности пресс-служб	8	2	3	6	-	
7.	Тема 7. Организация взаимодействия пресс-службы со СМИ	8	2	3	6	-	
8.	Тема 8. Алгоритмы действия пресс-служб в «кризисных ситуациях»	8	2	3	6	-	
9.	Тема 19. Успешные и отличительные кейсы деятельности пресс-служб в спортивных проектах .		2	4	8	-	
Итого часов – 108			20	30	58	-	Зачет с оценкой

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Тема 1. Теоретические аспекты и предпосылки создания и значение пресс-службы спортивной организации.	9	2		10	-	
2.	Тема 2. Ресурсное обеспечение пресс-службы: кадры, информационное, техническое и финансовое обеспечение	9	2		10	-	
3.	Тема 3. Регламентация деятельности пресс-службы спортивной организации: нормативно-правовые аспекты, регламенты спортивных событий, этические нормы.	9			10	-	
4.	Тема 4. Типовые задачи и проекты пресс-службы и технологии их реализации	9		2	10	-	
5.	Тема 5. Инновационные подходы в деятельности пресс-службы	9		2	12	-	
6.	Тема 6. Event в системе деятельности пресс-служб	9		2	10	-	
7.	Тема 7. Организация взаимодействия пресс-службы со СМИ и социальными сетями	9			10	-	
8.	Тема 8. Алгоритмы действия пресс-служб в «кризисных ситуациях»	9			12	-	
9.	Тема 19. Успешные и отличительные кейсы деятельности пресс-служб в спортивных проектах .	9		2	12	-	
Итого часов – 108			4	8	96	--	Зачет с оценкой

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Очная форма

Перечень вопросов к дифференцированному зачету

1. Теоретические аспекты и предпосылки создания и значение пресс-службы спортивной организации.
2. Принципы деятельности пресс-служб спортивных организаций.
3. Целевые аудитории пресс-служб и основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.
4. Специфика деятельности пресс-службы организации в сфере спорта и спортивной индустрии.
5. Ресурсное обеспечение пресс-службы: персонал (оптимальная структура пресс-службы, штатные персонал, персонал на аутсорсинге). Требования к кадровому составу пресс-службы спортивной организации.
6. Ресурсное обеспечение пресс-службы: информационное и техническое обеспечение (информационные ресурсы, программное обеспечение, технические средства).
7. Ресурсное обеспечение пресс-службы: финансовое обеспечение деятельности пресс-службы.
8. Регламентация деятельности пресс-службы спортивной организации: нормативно-правовые аспекты, регламенты спортивных событий, этические нормы.
9. PR-документы и форматы информационного контента в деятельности пресс-служб.
10. Организация деятельности пресс-службы спортивной организации «под ключ».
11. Типовые задачи и проекты пресс-службы и технологии их реализации.
12. Модель компетенций руководителя пресс-службы спортивной организации
13. Управление информационными проектами в спорте. Стратегии расширения контактной базы и партнерских информационных площадок.

14. Построение эффективного взаимодействия пресс-службы спортивной организации со СМИ и социальными сетями.

15. Особенности организации пресс-конференций и брифингов в спорте.

16. Алгоритмы формирования пула СМИ, блогеров, экспертов, авторов тематических рубрик и сообществ в социальных сетях.

17. Инновационные подходы в деятельности пресс-службы.

18. Event в системе деятельности пресс-служб.

19. Причины возникновения и развития «кризисных ситуаций», связанные с информационным сопровождением деятельности организации. Реакции и алгоритмы действий пресс-служб в «кризисных ситуациях».

20. Спец.мероприятия для СМИ и их представителей.

21. Базовые алгоритмы организации пресс-центра спортивного соревнования.

22. Модели взаимодействия оргкомитета спортивного соревнования и пресс-службы спортивной организации – участника.

23. Основы организации работы пресс-службы с объединениями болельщиков.

24. Основы организации работы пресс-службы с объединениями болельщиков.

25. Профессиональный и спортивный этикет и протокол в деятельности пресс-служб спортивной организации.

26. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.

27. SERM: работа пресс-служб с отзывами, нейтрализация негатива, генерация положительных отзывов и инфоповодов.

28. Каналы цифрового маркетинга и онлайн-инструменты в деятельности пресс-служб.

29. Тайм-менеджмент в деятельности пресс-службы спортивной организации.

30. Управление конфликтами и стрессами в системе деятельности пресс-служб спортивной организации.

31. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности пресс-службы: работа в корпоративной среде, взаимодействие с «внешними аудиториями».

32. Способы оценки деятельности пресс-служб спортивной организации и ее специалистов.

Заочная форма

Перечень вопросов к дифференцированному зачету

1. Теоретические аспекты и предпосылки создания и значение пресс-службы спортивной организации.

2. Принципы деятельности пресс-служб спортивных организаций.

3. Целевые аудитории пресс-служб и основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.

4. Специфика деятельности пресс-службы организации в сфере спорта и спортивной индустрии.

5. Ресурсное обеспечение пресс-службы: персонал (оптимальная структура пресс-службы, штатные персонал, персонал на аутсорсинге). Требования к кадровому составу пресс-службы спортивной организации.

6. Ресурсное обеспечение пресс-службы: информационное и техническое обеспечение (информационные ресурсы, программное обеспечение, технические средства).

7. Ресурсное обеспечение пресс-службы: финансовое обеспечение деятельности пресс-службы.

8. Регламентация деятельности пресс-службы спортивной организации: нормативно-правовые аспекты, регламенты спортивных событий, этические нормы.

9. PR-документы и форматы информационного контента в деятельности пресс-служб.

10. Организация деятельности пресс-службы спортивной организации «под ключ».

11. Типовые задачи и проекты пресс-службы и технологии их реализации.
12. Модель компетенций руководителя пресс-службы спортивной организации
13. Управление информационными проектами в спорте. Стратегии расширения контактной базы и партнерских информационных площадок.
14. Построение эффективного взаимодействия пресс-службы спортивной организации со СМИ и социальными сетями.
15. Особенности организации пресс-конференций и брифингов в спорте.
16. Алгоритмы формирования пула СМИ, блогеров, экспертов, авторов тематических рубрик и сообществ в социальных сетях.
17. Инновационные подходы в деятельности пресс-службы.
18. Event в системе деятельности пресс-служб.
19. Причины возникновения и развития «кризисных ситуаций», связанные с информационным сопровождением деятельности организации. Реакции и алгоритмы действий пресс-служб в «кризисных ситуациях».
20. Спец.мероприятия для СМИ и их представителей.
21. Базовые алгоритмы организации пресс-центра спортивного соревнования.
22. Модели взаимодействия оргкомитета спортивного соревнования и пресс-службы спортивной организации – участника.
23. Основы организации работы пресс-службы с объединениями болельщиков.
24. Основы организации работы пресс-службы с объединениями болельщиков.
25. Профессиональный и спортивный этикет и протокол в деятельности пресс-служб спортивной организации.
26. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.
27. SERM: работа пресс-служб с отзывами, нейтрализация негатива, генерация положительных отзывов и инфоповодов.

28. Каналы цифрового маркетинга и онлайн-инструменты в деятельности пресс-служб.

29. Тайм-менеджмент в деятельности пресс-службы спортивной организации.

30. Управление конфликтами и стрессами в системе деятельности пресс-служб спортивной организации.

31. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности пресс-службы: работа в корпоративной среде, взаимодействие с «внешними аудиториями».

32. Способы оценки деятельности пресс-служб спортивной организации и ее специалистов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Алексеев, К. А. Спортивная журналистика: учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/sportivnaya-zhurnalistika-533062>

2. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. — Москва: Лаборатория книги, 2010. — 89 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274

3. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы: учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева. — Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. —Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

4. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. —

Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/531182>

5. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/sovremennaya-press-sluzhba-516818>

6. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта: учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/533551>

Шарков, Ф. И. Спортивная журналистика: учебник / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под ред. Ф. И. Шаркова; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. — Москва: Дашков и К°, 2022. — 184 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=697044

б) Дополнительная литература:

1. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Булатова С.Н.; С.Н. Булатова. — Кемерово: КемГУКИ, 2012. — 80 с. - Электронно-библиотечная система РУКОНТ. <https://lib.rucont.ru/efd/237152/info>

2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 218 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostyu-531709>

3. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. — Барнаул: Алтайский

государственный университет, 2020. – 196 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849

4. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А.В. Починкин. — Москва: Спорт, 2017. 385 с. — Электронная библиотечная система «Рукопт» <https://lib.rucont.ru/efd/641213>

5. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности: журналистика, реклама и связи с общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2023. — 180 с.: ил., табл. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=701349

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Журнал «Журналистика и медиарынок» <http://www.jourmedia.ru>
2. Журнал «PR в России». <https://www.prjournal.ru/> Режим доступа: свободный
3. «Маркетинговый ход» - авторский канал с кейсами на тему рекламы, маркетинга, PR <https://t.me/MarketingPloy>
4. «Fan Engagement | Маркетинг и коммерция» — авторский канал с кейсами спортивной индустрии и сфере физической культуры и спорта t.me/fanengagement Режим доступа: свободный
5. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия — информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>
6. Ассоциация коммуникационных агентств России — информационная система [akarussia.ru https://www.akarussia.ru/](https://www.akarussia.ru/)
7. Федеральный портал Российское образование — информационная система edu.ru
8. Открытая платформа Спортивная Россия — информационная система <https://infosport.ru/>

9. Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://www.pr-info.ru/> Режим доступа: свободный
10. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. <https://raso.ru/> Режим доступа: свободный
11. Яндекс.Вордстат - сервис для оценки пользовательского интереса к конкретным тематикам и для подбора ключевых слов рекламодателями <https://wordstat.yandex.ru> Режим доступа: свободный
12. Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных minsport.gov.ru
13. База данных “Национальная электронная библиотека” <https://rusneb.ru/>
14. База данных «Электронная библиотека экономической и деловой литературы» Административно-управленческого портала <http://www.aup.ru/library/>
15. Sostav.ru Независимый проект брендингового агентства Depot. <https://www.sostav.ru/>
16. Всероссийский центр изучения общественного мнения. База данных [Данные опросов - ВЦИОМ-Навигатор \(wciom.ru\)](https://wciom.ru)
17. Ассоциация менеджеров: деловое объединение России (<https://amr.ru/>)
Режим доступа: свободный
18. Росстат - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по формированию официальной статистической информации. <http://www.gks.ru>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;

3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;

4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).
2. [Электронная библиотечная система «Рукоонт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

PRexplore— ресурс о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиатехнологиях. <https://prexplore.ru>

PR и реклама. Обзор электронных ресурсов. Российская государственная библиотека. <https://www.rsl.ru/ru/nauka/editions/bibliography-editions/pr-i-reklama-obzor-elektronnyix-resursov> Режим доступа: свободный

Deadline.Media - профессиональная социальная сеть для журналистов, стрингеров, блогеров, PR-менеджеров, пресс-секретарей, маркетологов и экспертов-нюсмейкеров <https://deadline.media/>

Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://elibrary.ru/>

Режим доступа: с использованием логина и пароля

Яндекс.Новости – онлайн-сервис автоматизированной аналитики и агрегации новостей с целью формирования информационной повестки дня <https://metrika.yandex.ru/list>

Режим доступа: свободный

Seldon.News – интернет-сервис, агрегирующий и систематизирующий новостные сообщения, с функциями аналитики и информационного мониторинга СМИ.

<https://company.myseldon.com/>

Режим доступа: свободный

[Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

ГИС «Спорт» - цифровые сервисы и базы данных в сфере физической культуры и спорта

<https://sportrf.gov.ru/>

Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» <https://press-service.ru/>

Режим доступа: свободный

База данных и знаний сервиса журналистских запросов <https://pressfeed.ru/> Режим доступа: смешанный

Холдинг «СБК. Спорт Бизнес Консалтинг» – профессиональная база данных (<https://s-bc.ru>).

Режим доступа: свободный

Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных (<https://insportexpo.com>).

Режим доступа: смешанный

[Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](#)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Основы деятельности спортивной пресс-службы» для обучающихся Гуманитарного института 4 курса (дневного обучения) и 5 курса заочного обучения), направления подготовки / специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR»

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра:	рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля)	очная форма - 8 семестр заочная форма – 9 семестр
Форма промежуточной аттестации:	зачет с оценкой

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1.	Презентация по теме «Принципы в деятельности пресс-службы спортивной организаций в современных российских условиях»	2 неделя	10
2.	Выполнение практического задания по теме «Организация работы пресс-службы спортивной структуры «под ключ»»	3 неделя	10
3.	Выполнение практического задания по теме «Разработка проекта формирования пула СМИ»	4 неделя	10
4.	Выполнение практического задания по теме «Создание контент-плана при организации информационного сопровождения спортивного события»	6 неделя	10
5.	Решение кейса «Создание перечня бенч-маркетинговых технологии деятельности пресс-службы спортивных организаций»»	8 неделя /	15

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

6.	Написание эссе на тему «Инновационные и креативные алгоритмы деятельности пресс-службы»	8 неделя	5
7.	Посещение занятий	В течение семестра	10
8.	Сдача зачета		30
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение практического задания по теме «Организация работы пресс-службы спортивной структуры «под ключ»»	5
2	Выполнение практического задания по теме «Разработка проекта формирования пула СМИ»	10
3	Выполнение практического задания по теме «Создание контент-плана при организации информационного сопровождения спортивного события»	5
5	Решение кейса «Создание перечня бенч-маркетинговых технологии деятельности пресс-службы спортивных организаций»»	5
6	Написание эссе на тему «Инновационные и креативные алгоритмы деятельности пресс-службы»	5

Заочная форма

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ²	Максимальное кол-во баллов
1.	Презентация по теме «Принципы в деятельности пресс-службы спортивной организаций в современных российских условиях»		10
2.	Выполнение практического задания по теме «Организация работы пресс-службы спортивной структуры «под ключ»»		10
3.	Выполнение практического задания по теме «Разработка проекта формирования пула СМИ»		10
4.	Выполнение практического задания по теме «Создание контент-плана при организации информационного сопровождения спортивного события»		10
5.	Решение кейса «Создание перечня бенч-маркетинговых технологии деятельности пресс-службы спортивных организаций»»		15
6.	Написание эссе на тему «Инновационные и креативные алгоритмы деятельности пресс-службы»		5
7.	Посещение занятий	В течение семестра	10
8.	Сдача зачета		30
	ИТОГО		100 баллов

² Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1.	Выполнение практического задания по теме «Организация работы пресс-службы спортивной структуры «под ключ»»	10
2.	Выполнение практического задания по теме «Разработка проекта формирования пула СМИ»	10
3.	Выполнение практического задания по теме «Создание контент-плана при организации информационного сопровождения спортивного события»	10
4.	Решение кейса «Создание перечня бенч-маркетинговых технологий деятельности пресс-службы спортивных организаций»»	5
5.	Написание эссе на тему «Инновационные и креативные алгоритмы деятельности пресс-службы»	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».
- Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

**Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего
контроля успеваемости**

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.В.22ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ПРЕСС-СЛУЖБЫ»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): 8 семестр – очная форма обучения; 9 семестр – заочная форма обучения.

3. Цели освоения дисциплины (модуля):

Целямью освоения дисциплины является приобретение базовых знаний для возможного выполнения нового вида профессиональной деятельности в профессиональной сфере с формированием/совершенствованием профессиональных компетенций. способность воспринимать.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	8		9
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	8		9
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	8		9
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	8		9
ПК-4	Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	8		9
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	8		9
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	8		9

	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	8		9
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR- деятельности организации.	8		9

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы**, 108 академических часов.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
10.	Тема 1. Теоретические аспекты и предпосылки создания и значение пресс-службы спортивной организации.	8	2	2	5	-	
11.	Тема 2. Ресурсное обеспечение пресс-службы: кадры, информационное, техническое и финансовое обеспечение	8	4	4	10	-	
12.	Тема 3. Регламентация деятельности пресс-службы спортивной организации: нормативно-правовые аспекты, регламенты спортивных событий, этические нормы.	8	2	4	5	-	
13.	Тема 4. Типовые задачи и проекты пресс-службы и технологии их реализации	8	2	3	6	-	
14.	Тема 5. Инновационные подходы в деятельности пресс-службы	8	2	4	6	-	
15.	Тема 6. Event в системе деятельности пресс-служб	8	2	3	6	-	
16.	Тема 7. Организация взаимодействия пресс-службы со СМИ	8	2	3	6	-	

17.	Тема 8. Алгоритмы действия пресс-служб в «кризисных ситуациях»	8	2	3	6	-	
18.	Тема 19. Успешные и отличительные кейсы деятельности пресс-служб в спортивных проектах .		2	4	8	-	
Итого часов – 108			20	30	58	-	Зачет с оценкой

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
10.	Тема 1. Теоретические аспекты и предпосылки создания и значение пресс-службы спортивной организации.	9	2		10	-	
11.	Тема 2. Ресурсное обеспечение пресс-службы: кадры, информационное, техническое и финансовое обеспечение	9	2		10	-	
12.	Тема 3. Регламентация деятельности пресс-службы спортивной организации: нормативно-правовые аспекты, регламенты спортивных событий, этические нормы.	9			10	-	
13.	Тема 4. Типовые задачи и проекты пресс-службы и технологии их реализации	9		2	10	-	
14.	Тема 5. Инновационные подходы в деятельности пресс-службы	9		2	12	-	
15.	Тема 6. Event в системе деятельности пресс-служб	9		2	10	-	
16.	Тема 7. Организация взаимодействия пресс-службы со СМИ и социальными сетями	9			10	-	
17.	Тема 8. Алгоритмы действия пресс-служб в «кризисных ситуациях»	9			12	-	
18.	Тема 19. Успешные и отличительные кейсы деятельности пресс-служб в спортивных проектах .	9		2	12	-	
Итого часов – 108			4	8	96	--	Зачет с оценкой

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.23 «ИСТОРИЯ И ПРАКТИКА СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ»**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная и заочная

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Составитель:

Волкова Марина Сергеевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «История и практика спортивной журналистики» является: ознакомление студентов с основными представлениями об истории спортивной журналистики, ее роли в современной России и в мире, формирование знаний о способах функционирования спортивных средств массовой информации и основных тенденциях отражения в них вопросов развития спорта высших достижений и массового физического воспитания, изучение методов работы спортивного журналиста в СМИ.

Язык, на котором реализуется дисциплина (модуль) «История и практика спортивной журналистики», - русский.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина (модуль) «История и практика спортивной журналистики» относится к блоку Б1.В.23 ООП (ОПОП).

Освоение дисциплины (модуля) «История и практика спортивной журналистики» связано с изучением таких учебных курсов, как «История физической культуры и спорта», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика медиакommunikаций», «Теория и практика рекламы», «Интегрированные коммуникации», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Основы деятельности спортивной пресс-службы», «Основы медипланирования», «Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы и анализа», «Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта».

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.5. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации	7		10
	УК-5.6. Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	7		10
ПК-4 Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	7		10
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	7		10
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	7		10
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	7		10

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **Зачетных единицы, 108 академических часов.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционно	Занятия лабораторно-практические	Самостоятельная	Контроль	
1	Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса. Методологические основы спортивной журналистики	7	3	4	10	-	
2	Тема 2. Социальная значимость спортивной журналистики и ее особая роль в современном обществе	7	3	4	10	-	
3	Тема 3. Типология спортивных средств массовой информации	7	3	4	10	-	
4	Тема 4. Организация труда спортивных журналистов	7	3	2	10	-	
5	Тема 5. Культура речи спортивного журналиста. Методы работы с текстом. Жанры спортивной журналистики	7	4	6	11	-	
6	Тема 6. Освещение в СМИ вопросов развития массового физического воспитания, спорта высших достижений, отдельных видов спорта и вопросов развития спортивной индустрии	7	4	6	11	-	
		7					Зачет с оценкой
Итого часов:		108	20	26	62	-	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционно	Занятия лабораторно-практические	Самостоятельная	Контроль	
1	Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса. Методологические основы спортивной журналистики	10	1	1	16	-	
2	Тема 2. Социальная значимость спортивной журналистики и ее особая роль в современном обществе	10	-	1	16	-	
3	Тема 3. Типология спортивных средств массовой информации	10	1	1	16	-	
4	Тема 4. Организация труда спортивных журналистов	10	-	1	16	-	
5	Тема 5. Культура речи спортивного журналиста. Методы работы с текстом. Жанры спортивной журналистики	10	1	2	16	-	
6	Тема 6. Освещение в СМИ вопросов развития массового физического воспитания, спорта высших достижений, отдельных видов спорта и вопросов развития спортивной индустрии	10	1	2	16	-	
		10					Зачет с оценкой
Итого часов: 108			4	8	96	-	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Перечень вопросов к зачету

1. Спортивная журналистика - часть журналистики профессионально-целевого назначения
2. Социальное значение спортивной журналистики.
3. Особая воспитательная роль спортивной журналистики в современном обществе.
4. Гражданская ответственность спортивного журналиста.
5. Структура видов деятельности спортивного журналиста.
6. Совокупность профессий, необходимых для функционирования спортивной журналистики.
7. Система произведений, создаваемых спортивными журналистами.
8. Комплекс каналов передачи массовой информации.
9. История развития спорта высших достижений.
10. Современное физкультурно-массовое движение.
11. Типология спортивных средств массовой информации.
12. Бюллетени, журналы и другие издания международных спортивных объединений.
13. Специализированные телевизионные каналы.
14. Малотиражные периодические издания информационно-рекламного, коммерческого и узко специализированного характера в ряде зарубежных стран.
15. Первые отечественные спортивные издания.
16. Пример работы журналистов спортивных изданий.
17. Спортивные Internet-сайты.
18. Спортивные редакции или отделы в структуре средств массовой информации.
19. Организация труда спортивного журналиста.
20. Методика сбора материала для написания спортивного сюжета
21. Жанры спортивной журналистики.
22. Работа спортивного журналиста в служебной командировке.
23. Виды аккредитации спортивных журналистов

24. Освещение в средствах массовой информации массовых спортивных мероприятий.
25. Освещение в средствах массовой информации спорта высших достижений
26. Выступление спортивного журналиста в записи.
27. Прямой эфир с использованием записи сюжета.
28. Прямой эфир на радио.
29. Прямой эфир на телевидении.
30. Запись сюжета, монтаж пленки, закадровое озвучивание сюжета.
31. Культура речи спортивного журналиста.
32. Утренний и вечерний выпуск новостей спорта.
33. Приоритет расстановки сюжетов в спортивном комментарии.
34. Хронометраж радио и телесюжетов.
35. Совместная работа журналиста с гостем в студии.
36. Телевизионная съемка соревнований.
37. Прямые трансляции с Олимпиад и международных соревнований.
38. Спортивный комментарий.
39. Организация работы пресс-центра на спортивных соревнованиях.
40. Формы пресс-релизов при организации масштабных спортивных мероприятий.
41. Легенды спортивной журналистики.
42. Аналитические, критические, исследовательские материалы спортивного журналиста.
43. Работа с аудиторией спортивных СМИ.
44. Методы организации обратной связи с читателем, слушателем или телезрителем спортивных новостей.
45. Работа с общественным советом или добровольными помощниками спортивного журналиста.
46. Спортивная тематика в изданиях «общего интереса».
47. Колонка спортивного комментатора.
48. «Заказные» материалы о спортсменах или спортклубах.
49. Спонсорство в спортивных СМИ.
50. Партнерство служб связей с общественностью и спортивных средств массовой информации в пропаганде спорта и здорового образа жизни.
51. Формирование грамотного эрудированного болельщика - одна из задач спортивной журналистики.
52. Методы использования статистических данных при формировании спортивного репортажа.
53. Реклама на спортивных соревнованиях.
54. Характерные черты распространения рекламы спортивных услуг с помощью СМИ.
55. Непроверенные факты или слухи в спортивной корреспонденции.
56. Негативные тенденции замены информации в жанре фельетона на оскорбительные или ернические выступления в современной спортивной прессе.
57. Высоконравственные традиции советского и российского спортивного комментария на примере публикаций прошлых лет.

58. Социологические исследования структуры и развития спортивных средств массовой информации.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Алексеев, К. А. Спортивная журналистика : учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. <https://urait.ru/book/sportivnaya-zhurnalistika-533062>
2. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселев. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 431 с. [Электронный ресурс]. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1
3. Шарков, Ф. И. Спортивная журналистика : учебник / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под ред. Ф. И. Шаркова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 184 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=697044

б) Дополнительная литература:

1. Алексеев, К. А. Спортивная журналистика : учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — <https://urait.ru/bcode/533062>
2. Ключев Ю. В. Теория и практика массовой информации: учебное пособие / Ю. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=429884
3. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — <https://urait.ru/bcode/540343>
4. Колесниченко, А. В. Основы журналистской деятельности : учебное пособие для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — <https://urait.ru/bcode/540215>
5. Лазутина, Г. В. Основы журналистской деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. В. Лазутина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 212 с. — <https://urait.ru/bcode/536451>
6. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / Г. В. Лазутина, И. Н. Денисова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — <https://urait.ru/bcode/535836>
10. Уланова, М.А. Интернет-журналистика : практ. рук. : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Журналистика" / М.А. Уланова. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 237 с.: табл., ил. - <http://lib.sportedu.ru/BiblCard.idc?DocID=246040&DocQuerID=11086961&DocTypeId=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>
11. Шарков, Ф. И. Спортивная журналистика : учебник / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под ред. Ф. И. Шаркова ; Московский государственный институт

международных отношений (Университет) МИД России, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС). – Москва : Дашков и К°, 2022. – 184 с. : ил. – <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697044>

12. Юсупов, Ш.Р. Эволюция языка спортивной журналистики. Перспективы и ограничения / Ш.Р. Юсупов // Теория и практика физ. культуры. - 2016. - № 11. - С. 57-59.

<http://lib.sportedu.ru/BiblCard.idc?DocID=254640&DocQuerID=11086963&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

1. Журнал «Журналист». - <http://www.jrnlst.ru/>
2. Сводная медиатека по журналистике. - <https://vk.com/bibliosmi>
3. МОК. - <http://www.olympic.org/>
4. Сайты СМИ о спорте (<http://www.sport.ru/>, <http://news.sportbox.ru/>, <http://www.topsport.ru/>, <http://www.championat.com/>, телеканал <https://matchtv.ru>).

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- *современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

- 1) Образовательная платформа Юрайт (urait.ru).
- 2) Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).
- 3) Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту (lib.gtsolifk.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Журнал «Журналистика и медиарынок»
<http://www.jourmedia.ru>

2. Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система
<http://www.informio.ru/>

Режим доступа: свободный

3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>

Режим доступа: свободный

4. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://www.elibrary.ru/>

Режим доступа: с использованием логина и пароля

5. Сайты СМИ о спорте (Общероссийский телевизионный канал «Спорт» <http://news.sportbox.ru/sport> , телеканал МАЧ ТВ <https://matchtv.ru>).

Режим доступа: свободный

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>

Режим доступа: свободный

2. Профессиональная социальная сеть для Журналистов, Стрингеров, Блогеров, PR-менеджеров, Пресс-секретарей, Маркетологов и Экспертов-Ньюсмейкеров

<https://deadline.media/>

Режим доступа: свободный

Режим доступа: свободный

3. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных <https://sport.gov.ru/>

Режим доступа: свободный

Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.В.23 «История и практика спортивной журналистики» для обучающихся Гуманитарного института 4 курса направления подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – Спортивная реклама и PR очной и заочной форм обучения

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 7 семестр (очная форма), 10 семестр (заочная форма).

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимально екол-во баллов
1	Выполнение практических заданий на семинаре по теме 1 «Введение. Предмет и задачи курса. Методологические основы спортивной журналистики» (репродуктивные задания).	2 неделя	5
2	Выполнение практических заданий на семинаре по теме 1 «Введение. Предмет и задачи курса. Методологические основы спортивной журналистики» (контрольная работа).	3 неделя	5
3	Выполнение практических заданий на семинаре по теме 2 «Социальная значимость спортивной журналистики и ее особая роль в современном обществе» (репродуктивные задания).	4 неделя	5
4	Выполнение практического задания (анализ отражения социально значимых вопросов и аспектов в медиа-материалах спортивной журналистики) по теме 2 «Социальная значимость спортивной журналистики и ее особая роль в современном обществе» (контрольная работа).	5 неделя	5

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

5	Написание и защита реферата по теме 3«Типология спортивных средств массовой информации».	6-7 неделя	10
6	Презентация по теме 4«Организация труда спортивных журналистов».	16 неделя	5
7	Выполнение практического задания (анализ организации трудовой деятельности на примере одной из редакций) по теме 5 «Культура речи спортивного журналиста. Методы работы с текстом. Жанры спортивной журналистики»	17 неделя	5
8	Выполнение практических заданий на семинаре по теме 5 «Культура речи спортивного журналиста. Методы работы с текстом. Жанры спортивной журналистики» (репродуктивные задания).	17 неделя	5
9	Выполнение практических заданий на семинаре по теме 5 «Культура речи спортивного журналиста. Методы работы с текстом. Жанры спортивной журналистики» (деловые игры).	18 неделя	5
10	Выполнение практических заданий на семинаре по теме 6 «Освещение в СМИ вопросов развития массового физического воспитания, спорта высших достижений, отдельных видов спорта и вопросов развития спортивной индустрии» (репродуктивные задачи и задания).	18 неделя	5
11	Выполнение практических заданий на семинаре по теме 6 «Освещение в СМИ вопросов развития массового физического воспитания, спорта высших достижений, отдельных видов спорта и вопросов развития спортивной индустрии» (эссе).	19 неделя	8
12.	Выполнение практических заданий на семинаре по теме 6 «Освещение в СМИ вопросов развития массового физического воспитания, спорта высших достижений, отдельных видов спорта и вопросов развития спортивной индустрии»(проект).	19 неделя	7
	Зачет		30
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по теме «Социальная значимость спортивной журналистики и ее особая роль в современном общества».	10
2	Эссе по теме, пропущенной студентом.	15
3	Написание реферата по предложенным темам.	15
4	Выполнение практического задания (Анализ освещения в СМИ одного из соревнований спорта высших достижений) по теме 6 «Освещение в СМИ вопросов развития массового физического воспитания, спорта высших достижений, отдельных видов спорта и вопросов развития спортивной индустрии».	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. Оценка успеваемости обучающихся

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся дифференцированным зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.23 «ИСТОРИЯ И ПРАКТИКА СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ»**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная и заочная

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы.

2.Семестры освоения дисциплины (модуля): 7 семестр (очная форма), 10 семестр (заочная форма).

3. Цель освоения дисциплины (модуля): ознакомление студентов с основными представлениями об истории спортивной журналистики, ее роли в современной России и в мире, формирование знаний о способах функционирования спортивных средств массовой информации и основных тенденциях отражения в них вопросов развития спорта высших достижений и массового физического воспитания, изучение методов и технологий работы спортивного журналиста в СМИ.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

ПК-4 - Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
<i>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</i>	УК-5.5. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации	7		10
	УК-5.6. Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	7		10
<i>ПК-4 Способен готовить основные документы по сопровождению</i>	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	7		10
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных	7		10

<i>проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</i>	событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.			
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	7		10

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы, 108 академических часов.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционно	Занятия семинарские	Самостоятельная	Контроль	
1	Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса. Методологические основы спортивной журналистики	7	3	4	10	-	
2	Тема 2. Социальная значимость спортивной журналистики и ее особая роль в современном обществе	7	3	4	10	-	
3	Тема 3. Типология спортивных средств массовой информации	7	3	4	10	-	
4	Тема 4. Организация труда спортивных журналистов	7	3	2	10	-	

5	Тема 5. Культура речи спортивного журналиста. Методы работы с текстом. Жанры спортивной журналистики	7	4	6	11	-	
6	Тема 6. Освещение в СМИ вопросов развития массового физического воспитания, спорта высших достижений, отдельных видов спорта и вопросов развития спортивной индустрии	7	4	6	11	-	
		7					Зачет с оценкой
Итого часов: 108			20	26	62	-	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционно	Занятия семинарские	Самостоятельная	Контроль	
1	Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса. Методологические основы спортивной журналистики	10	1	1	16	-	
2	Тема 2. Социальная значимость спортивной журналистики и ее особая роль в современном обществе	10	-	1	16	-	
3	Тема 3. Типология спортивных средств массовой информации	10	1	1	16	-	
4	Тема 4. Организация труда спортивных журналистов	10	-	1	16	-	

5	Тема 5. Культура речи спортивного журналиста. Методы работы с текстом. Жанры спортивной журналистики	10	1	2	16	-	
6	Тема 6. Освещение в СМИ вопросов развития массового физического воспитания, спорта высших достижений, отдельных видов спорта и вопросов развития спортивной индустрии	10	1	2	16	-	
		10					Зачет с оценкой
Итого часов: 108			4	8	96	-	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.24 SMM-МЕНЕДЖМЕНТ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)
утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)
утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составитель:

Майоров Олег Вячеславович—к.п.н., доцент кафедры рекламы, связей с
общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «SMM-менеджмент» является: дать системное представление о типовых технологиях SMM-менеджмента, сформировать навыки и умения работы в Интернет в части подготовки и продвижения информации различного содержания.

Дисциплина реализуется на русском языке

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к модулю профильных дисциплин вариативной части. Дисциплина «Б1.В.24, SMM-менеджмент» читается по очной форме обучения – на четвертом курсе в 8-ом семестре, по заочной форме – на 4-ом курсе, в 7-ом семестре.

Место дисциплины в ряду таких курсов как «Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы их анализа», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы деятельности спортивной пресс-службы», «Цифровые коммуникации и информационные технологии». Освоение учебного материала программы способствует эффективному параллельному и последующему прохождению таких дисциплин: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Проведение PR-компаний в сфере физической культуры и спорта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / кол	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)

	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	8		7
	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	8		7
	УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	8		7
	УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	8		7
	УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	8		7
	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	8		7
	УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	8		7
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	8		7
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	8		7
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	8		7
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	8		7
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	8		7
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	8		7

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 **зачетные единицы, 144 академических часа.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Роль и место SMM в деятельности организаций.	8	2			-	
2.	Основа работы с SMM. Анализ конкурентов, рынка и поиск ЦА	8	2	4	5	-	
3.	Алгоритмы создания качественного контента	8	2	4	10	-	
4.	Алгоритмы коммуникаций с аудиторией	8	2	4	5		
5.	Таргетинг для продвижения	8	2	4	10	-	
6.	Оценка эффективности SMM-продвижения	8	2	4	5	-	
7.	Целевая аудитория и направленная реклама	8	2	4	5	-	
8.	Настройка таргетированной рекламы в популярных социальных сетях: VK	8	2	4	10	-	
9.	Таргетированная реклама в Facebook и Instagram	8	2	4	15	-	
10.	Инструменты ретаргетинга и парсинга	8	2	4	5	-	
11.	Анализ конверсии и рентабельности мене SMM-технологий			4	6		
Итого часов: 144			20	40	75	9	Экзамен

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Роль и место SMM в деятельности организаций.	7	2		10	-	
2.	Основа работы с SMM. Анализ конкурентов, рынка и поиск ЦА	7	2		10	-	
3.	Алгоритмы создания качественного контента	7		2	10	-	
4.	Алгоритмы коммуникаций с аудиторией	7			10		
5.	Таргетинг для продвижения	7		2	10	-	
6.	Оценка эффективности SMM-продвижения	7		2	10	-	
7.	Целевая аудитория и направленная реклама	7		2	10	-	
8.	Настройка таргетированной рекламы в популярных социальных сетях: VK	7			10	-	
9.	Таргетированная реклама в Facebook и Instagram	7			23	-	
10.	Инструменты ретаргетинга и парсинга	7			10	-	
11.	Анализ конверсии и рентабельности мене SMM-технологий	7			10	-	
Итого часов: 144			4	8	123	9	Экзамен

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке

по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Предпосылки СММ-продвижения проектов, товаров и услуг.
2. Требования к профессиональным компетенциям СММ-специалиста.
3. Поведенческие особенности аудитории в интернет.
4. Определение наилучших вариантов для рекламы того или иного вида товаров.
5. Технологии изучения рынка и конкурентов.
6. Технологии проведения анализа своих товаров или услуг с целью определения конкурентных преимуществ и формирования УТП.
7. Технологии определения целевых аудитории и каким способом влияния на принятие решение о покупке.
8. Алгоритмы разработки стратегии присутствия на рынке и в социальных сетях.
9. Типовые правила наполнения ресурсов контентом, показатели качества текстов, какие элементы должны обязательно на сайте для продвижения.
10. Технологии разработки рубрикатора и контент-планирование.
11. Алгоритмы разработка тех.задания для создания текстов, создания и поискаизображений для сайта.
12. «Продающий» текст: значение, виды, основы подготовки текстового контента написания.
13. Механизмы вовлечения целевых аудиторий в диалог на Интернет-ресурсах.
14. Виды рекламы в Интернете: посты в сообществах, таргетинг для продвижения товара или услуги.

15. Алгоритмы выбора площадок для размещения рекламы с учетом прогноза эффективности каждого размещения.

16. Возможности бизнес-аккаунтов.

17. Отличия трафика на сообщество от рекламы на сайт или лендинг.

18. Приемы анализа эффективности рекламы в сообществах по всем показателям, оценка общей эффективности SMM.

19. Анализируем социальные сети с помощью основных инструментов. Изучаем примеры успешных кейсов. Учимся определять объем затрат на рекламную кампанию.

20. Особенности таргетированной или направленной рекламы. Виды товаров, неподходящие для рекламы через таргетинг.

21. Площадки и социальные сети для таргетинга: ВКонтакте, Facebook, Mytarget, Инстаграм. Отличия рекламы для сообщества, сайта и лендинга.

22. Типовые методики поиска целевых аудиторий. Работа с майндкартами.

23. Типовые алгоритмы создания и настройки таргетированной рекламы в Вконтакте. Особенности рекламных постов ВК, боковой таргетинг и рекламная карусель.

24. Алгоритмы создания рекламного кабинета в ВК, создания и отправки на модерацию рекламной кампании.

25. Группы товаров и услуги, которые нельзя рекламировать через ВК. Аукционы и выбор ставки. Как составлять конверсионные объявления.

26. Яндекс Метрика и Google-Analytics и их функциональные возможности.

27. Типовые правила создания рекламной кампании Яндекс.Метрика и GoogleAnalytics.

28. Основные инструменты для анализа эффективности рекламной кампании: Яндекс.Метрика и GoogleAnalytics.

29. Учимся оптимизировать рекламную кампанию и увеличивать ее масштабы.

30. Технологии подсчета конверсии рекламных кампаний.

31. Оптимизация рекламных кампаний: снижение стоимости клика, повышение СТР и конверсии.

32. Типовые правила создания таргетированной рекламы в Facebook и Инстаграм. Типовые инструменты для работы, видами рекламных объявлений и методиками настройки таргетинга.

33. Алгоритмы создания рекламного кабинета в Facebook и Инстаграм.и особенности каждой площадки.

34. Алгоритмы создания и настройки ретаргетинга с помощью специализированных программ: Церебро и TargetHunter.

35. Сервисы парсинга, принципы работы, функционал и возможности для поиска лояльной аудитории. Пиксель на Фейсбук и ВКонтакте.

36. Алгоритмы проведения аналитических мероприятий для оценки эффективности проведенных рекламных мероприятий в рамках СММ-продвижения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Алексеев, К. А. Спортивная журналистика : учебник для магистров / К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 428 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/sportivnaya-zhurnalistika-533062>

2. Гасумова, С. Е. Информационные технологии в социальной сфере : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. Е. Гасумова. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 284 с. Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/518685>

3. Горелов, Н. А. Развитие информационного общества: цифровая экономика: учебное пособие для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. . — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/515661>

4. Информационные технологии в профессиональной деятельности / Т.В. Марзаева. — Улан-Удэ : Бурятский государственный университет, 2015. — 71 с. — Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/348195>

5. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь: изд-во СКФУ, 2017. — 131 с. - Электронно-библиотечная система РУКОНТ. <https://lib.rucont.ru/efd/642430/info>

6. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы: учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева. — Москва: РГУФКСМиТ, 2023. — 283 с. — Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

7. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 493 с. - Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684925

8. Основы цифровой экономики: учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.] ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 235 с. <https://urait.ru/bcode/519464>

9. Обеспечение законности в сфере цифровой экономики: учебное пособие для вузов / А. О. Баукин [и др.]; под редакцией Н. Д. Бут, Ю. А. Тихомирова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/519761>

10. Пономарева, А. М. Креатив и копирайтинг : учебник : [16+] / А. М. Пономарева ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). — 2-е изд., испр. и доп. — Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. — 268 с. : ил., табл. - Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=568146

11. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб.

и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 437 с. . — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/509767>

12. SMM и SEO-технологии : учеб. пособие / Ю.П. Беленькая, А.Ю. Бережнов, А.С. Новикова, Л.И. Срыбная .— Ставрополь : изд-во СКФУ, 2017 .— 62 с. : ил. <https://lib.rucont.ru/efd/705195/info>

13. Трищенко, Д. А. Копирайтинг: учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/kopirayting-510131>

14. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/531182>

15. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта: учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/533551>

б) Дополнительная литература:

1. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Булатова С.Н.; С.Н. Булатова. — Кемерово: КемГУКИ, 2012. — 80 с. - Электронно-библиотечная система РУКОНТ. <https://lib.rucont.ru/efd/237152/info>

2. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. — Москва: Лаборатория книги, 2010. — 89 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство «Юрайт», 2023. — 218 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostyu-531709>

4. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. – 196 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849

5. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А.В. Починкин. — Москва: Спорт, 2017. 385 с. — Электронная библиотечная система «Руко́нт» <https://lib.rucont.ru/efd/641213>

6. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие: [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. — Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. — 144 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

7. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437>

8. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности: журналистика, реклама и связи с общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2023. — 180 с.: ил., табл. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=701349

9. Шарков, Ф. И. Спортивная журналистика : учебник / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин; под ред. Ф. И. Шаркова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. — Москва: Дашков и К°, 2022. — 184 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=697044

в) *Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. PRexplore— ресурс о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиатехнологиях. <https://prexplore.ru>
Режим доступа: свободный

2. Журнал «PR в России». <https://www.prjournal.ru/> Режим доступа: свободный

3. «Маркетинговый ход» - авторский канал с кейсами на тему рекламы, маркетинга, PR <https://t.me/MarketingPloy>

4. «Fan Engagement | Маркетинг и коммерция» – авторский канал с кейсами спортивной индустрии и сфере физической культуры и спорта t.me/fanengagement Режим доступа: свободный

5. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>

6. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://elibrary.ru/> Режим доступа: с использованием логина и пароля

7. Public Relations в Российском контексте – информационная система <https://www.pr-info.ru/> Режим доступа: свободный

8. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. <https://raso.ru/> Режим доступа: свободный

9. Энциклопедия маркетинга <https://www.marketing.spb.ru/> Режим доступа: свободный

10. Яндекс.Вордстат - сервис для оценки пользовательского интереса к конкретным тематикам и для подбора ключевых слов рекламодателями <https://wordstat.yandex.ru> Режим доступа: свободный

11. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. <https://adindex.ru/>

12. WOWBlogger - платформа для поиска блогеров и запуска рекламных кампаний <https://wowblogger.ru/bloggers/>

- 13.Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных insportexpo.com
- 14.Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных minsport.gov.ru
- 15.Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru) Режим доступа: свободный
- 16.Сайт Ассоциации креативных агентств России (АКАР) - <https://www.akarussia.ru/>
- 17.Холдинг «СБК. Спорт Бизнес Консалтинг» – профессиональная база данных (<https://s-bc.ru>).
- 18."POWERBRANDING" (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе) <http://powerbranding.ru/books/>
- 19.Sostav.ru Независимый проект брендингового агентства Depot. <https://www.sostav.ru/>
- 20.Всероссийский центр изучения общественного мнения. База данных [Данные опросов - ВЦИОМ-Навигатор \(wciom.ru\)](http://wciom.ru)
- 21.Ассоциация менеджеров: деловое объединение России (<https://amr.ru/>)
Режим доступа: свободный
- 22.База данных и знаний сервиса журналистских запросов <https://pressfeed.ru/>
Режим доступа: смешанный (включая режим с использованием логина и пароля)

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного

документа Adobe Acrobat Reader DC;

4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).
2. [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

Цифровой ресурс о digital-маркетинге. <https://rusability.ru/>

AdvertMe – цифровой ресурс об инструментах рекламы, маркетинга <https://www.advertme.ru>

Mediabitch – интернет-портал о PR

<http://mediabitch.ru/>

Информационный портал «Информιο» – информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>

Режим доступа: свободный

Реклама в России – информационный цифровой портал данных, аналитики, новостей. <http://www.rwr.ru/>

Deadline.Media -

профессиональная социальная сеть для журналистов, стрингеров, блогеров, PR-менеджеров, пресс-секретарей, маркетологов и экспертов-нюсмейкеров <https://deadline.media/>

PR и реклама. Обзор электронных ресурсов. Российская государственная библиотека. <https://www.rsl.ru/ru/nauka/editions/bibliography-editions/pr-i-reklama-obzor-elektronnyix-resursov> Режим доступа: свободный

Яндекс.Новости —онлайн-сервис автоматизированной аналитики и агрегации новостей с целью формирования информационной повестки дня <https://metrika.yandex.ru/list>

Режим доступа: свободный

Seldon.News – интернет-сервис, агрегирующий и систематизирующий новостные сообщения, с функциями аналитики и информационного мониторинга СМИ.

<https://company.myseldon.com/>

Режим доступа: свободный

Яндекс.Блоги – это бесплатный поисковый интернет-сервис, позволяющий осуществлять поиск по основным социальным сетям и обширной базе онлайн-блогов. <https://yandex.ru/blogs/>

Режим доступа: свободный

Интернет-портал: биржа рекламы в социальных сетях. <https://plibber.ru/>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система
<https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный

Росстат - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по формированию официальной статистической информации. <http://www.gks.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.В.24«SMM-менеджмент»для обучающихся Гуманитарного института4курса (очной формы обучения) направления подготовки/ специальности42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной, заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.

Сроки изучения дисциплины (модуля):8 семестр очной, 7 семестр – заочной.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

II. ФОРМЫОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1.	Выполнение практического задания «Подготовка рекламного поста: подготовка «продающего текста и тематической иллюстрации»	3	15
2.	Выполнение практического задания «Создание рекламного кабинета в ВК, создания и отправки на модерацию рекламной кампании».	6	15
3.	Выполнение практического задания «Создание рекламного кабинета и настройка рекламной кампании в Facebook»	7	15
4.	Выполнение практического задания «Создание рекламного кабинета и настройки рекламной кампании в Инстаграм»	8	15
5.	Посещение занятий	В течение семестра	10
	Зачет		30
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	Выполнение практического задания «Создание рекламного кабинета в ВК, создания и отправки на модерацию рекламной кампании».	15

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

2	Выполнение практического задания «Создание рекламного кабинета и настройка рекламной кампании в Facebook»	10
3	Выполнение практического задания «Создание рекламного кабинета и настройки рекламной кампании в Инстаграм»	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.В.24, SMM-МЕНЕДЖМЕНТ»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единицы.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): 8 семестр- очная форма обучения, 7 семестр - заочная форма обучения.

3. Цель освоения дисциплины (модуля). Целью освоения дисциплины (модуля) «SMM-менеджмент» является: дать системное представление о типовых технологиях SMM-менеджмента, сформировать навыки и умения работы в Интернет в части подготовки и продвижения информации различного содержания.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	8		7
	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	8		7
	УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	8		7
	УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	8		7
	УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	8		7

	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	8		7
	УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	8		7
ПК-1	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	8		7
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	8		7
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	8		7
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	8		7
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	8		7
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	8		7

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 **зачетные единицы, 144 академических часа.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
12.	Роль и место SMM в деятельности организаций.	8	2			-	
13.	Основа работы с SMM. Анализ конкурентов, рынка и поиск ЦА	8	2	4	5	-	
14.	Алгоритмы создания качественного контента	8	2	4	10	-	
15.	Алгоритмы коммуникаций с аудиторией	8	2	4	5		
16.	Таргетинг для продвижения	8	2	4	10	-	
17.	Оценка эффективности SMM-продвижения	8	2	4	5	-	
18.	Целевая аудитория и направленная реклама	8	2	4	5	-	
19.	Настройка таргетированной рекламы в популярных социальных сетях: VK	8	2	4	10	-	
20.	Таргетированная реклама в Facebook и Instagram	8	2	4	15	-	
21.	Инструменты ретаргетинга и парсинга	8	2	4	5	-	
22.	Анализ конверсии и рентабельности мене SMM-технологий			4	6		
Итого часов: 144			20	40	75	9	Экзамен

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
12.	Роль и место SMM в деятельности организаций.	7	2		10	-	
13.	Основа работы с SMM. Анализ конкурентов, рынка и поиск ЦА	7	2		10	-	
14.	Алгоритмы создания качественного контента	7		2	10	-	

15.	Алгоритмы коммуникаций с аудиторией	7			10		
16.	Таргетинг для продвижения	7		2	10	-	
17.	Оценка эффективности SMM-продвижения	7		2	10	-	
18.	Целевая аудитория и направленная реклама	7		2	10	-	
19.	Настройка таргетированной рекламы в популярных социальных сетях: VK	7			10	-	
20.	Таргетированная реклама в Facebook и Instagram	7			23	-	
21.	Инструменты ретаргетинга и парсинга	7			10	-	
22.	Анализ конверсии и рентабельности мене SMM-технологий	7			10	-	
Итого часов: 144			4	8	123	9	Экзамен

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.01.01 Event-технология в сфере физической культуры и спорта»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)
утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 24 от «17» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 2 от «05» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «03» сентября 2024 г.

Составители:

Майоров Олег Вячеславович - доцент кафедры рекламы, связей с
общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины (модуля): формирование базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с событийным менеджментом в спортивной индустрии; развитие интереса к области событийного менеджмента в спортивной индустрии, связанной с управлением процессом организации мероприятия, его продвижением в публичном пространстве, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области; формирование знаний и умений пользования современного инструментария организации мероприятий для индустрии спорта.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к разряду модуля профильных дисциплин вариативной части – Б1.В.ДВ.01.01 «Event-технология в сфере физической культуры и спорта» читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 6-м семестре, по заочной форме обучения – на третьем курсе в 5-м семестре.

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой студентов Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов как «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Социология рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов PR в сфере физической культуры и спорта». В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Принципы и технологии создания рекламного продукта» будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Психология рекламы и связей с общественностью», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	6		5
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	6		5
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	6		5
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6		5
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	6		5
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	6		5
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	6		5
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	6		5
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	6		5
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	6		5
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	6		5

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетные единицы, 108 академических часов.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Понятия "специальное событие", "event". Признаки специального события. "Естественные" и "Искусственные" события	6	4	2	10	-	
2	Тема 2. Ивент-маркетинг как инструмент создания и продвижения спортивного бренда	6	4	2	10	-	
3	Тема 3. Разработка ивент-мероприятий в спорте. Креатив в ивент-мероприятиях	6	4	4	14	-	
4	Тема 4. Факторы, влияющие на бюджет. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. (Зарплаты). Техника безопасности. Охрана. Элементы и категории контроля	6	4	10	20	-	
5	Тема 5. Социальные тренды и влияние на событие. Признание событийного менеджмента как профессии. Рост событийной отрасли. Событийный франчайзинг. Расширение знаний и научных исследований в области событийного менеджмента.	6	2	8	10	-	
Итого часов: 108			18	26	64		Зачет

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Понятия "специальное событие", "event". Признаки специального события. "Естественные" и "Искусственные" события	5	0,5		10	-	
2	Тема 2. Ивент-маркетинг как инструмент создания и продвижения спортивного бренда	5	0,5		15	-	
3	Тема 3. Разработка ивент-мероприятий в спорте. Креатив в ивент-мероприятиях	5	0,5	2	25	-	
4	Тема 4. Факторы, влияющие на бюджет. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. (Зарплаты). Техника безопасности. Охрана. Элементы и категории контроля	5	0,5	2	30	-	
5	Тема 5. Социальные тренды и влияние на событие. Признание событийного менеджмента как профессии. Рост событийной отрасли. Событийный франчайзинг. Расширение знаний и научных исследований в области событийного менеджмента.	5			22	-	
Итого часов: 108			2	4	102		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Понятия "специальное событие", "event". Признаки специального события. "Естественные" и "Искусственные" события.
2. Ивент-маркетинг как инструмент создания и продвижения спортивного бренда.
3. Принципы разработки ивент-мероприятий в спорте.
4. Креативная составляющая в ивент-мероприятиях.
5. Факторы, влияющие на бюджет события. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. (Зарплаты).
6. Техника безопасности при организации события. Охрана. Элементы и категории контроля.
7. Технологии рекламы и PR события.
8. Инструменты привлечения партнёров события.
9. Приемы повышения статуса мероприятий.
10. Технологии отстройки от конкурентов при организации event.
11. Формирование кадровой структуры оргкомитета.
12. Анализ и учет социальных трендов, влияющих на событие.
13. Признание событийного менеджмента как профессии. Рост событийной отрасли.

14. Событийный франчайзинг.
15. Технологии расширения знаний и научных исследований в области событийного менеджмента.
16. Построение персонального бренда руководителя event-агентства и значение данного бренда.
17. Методы работы со зрительскими и болельщицкими аудиториями event.
18. Методы выбора event-агентства.
19. Инструменты информационного сопровождения event.
20. Мониторинг эффективности event.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. — Москва: Лаборатория книги, 2010. — 89 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274
2. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-513640>
3. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы: учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева.— Москва: РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. —Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru/efd/822379/info>

4. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — Образовательная платформа (ЭБС) "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/531182>

5. Технологии услуг в индустрии спорта и активного досуга: учебное пособие / Л. К. Тропина, Л. Н. Фитина, Т. Б. Голубева, Н. Б. Серова; под общ. ред. Л. Н. Фитиной; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. — 147 с.: ил., табл. - Университетская библиотека онлайн <https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-513640>

6. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта: учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/bcode/533551>

7. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437>

б) Дополнительная литература:

1. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Булатова С.Н.; С.Н. Булатова. — Кемерово: КемГУКИ, 2012. — 80 с. — Электронно-библиотечная система РУКОНТ. <https://lib.rucont.ru/efd/237152/info>

2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 218 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostyu-531709>

3. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — Образовательная платформа "Юрайт" <https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-vvedenie-v-specialnost-510926>

4. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова; Алтайский государственный университет. — Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. — 196 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849

5. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А.В. Починкин. — Москва: Спорт, 2017. 385 с. — Электронная библиотечная система «Рукоонт» <https://lib.rucont.ru/efd/641213>

6. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие: [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. — Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. — 144 с. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

7. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности: журналистика, реклама и связи с общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. — Москва: Директ-Медиа, 2023. — 180 с.: ил., табл. — Университетская библиотека онлайн https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=701349

в) *Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. EVENT LIV – деловой портал профессионалов event индустрии <https://event-live.ru/>

2. PRexplore— ресурс о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиатехнологиях. <https://prexplore.ru>
Режим доступа: свободный

3. Журнал «PR в России». <https://www.prjournal.ru/> Режим доступа: свободный

4. «Маркетинговый ход» - авторский канал с кейсами на тему рекламы, маркетинга, PR <https://t.me/MarketingPloy>

5. «Fan Engagement | Маркетинг и коммерция» – авторский канал с кейсами спортивной индустрии и сфере физической культуры и спорта t.me/fanengagement Режим доступа: свободный

6. Sostav.ru Независимый проект брендингового агентства Depot. <https://www.sostav.ru/>

7. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. <https://adindex.ru/>

8. Бюро цифрового маркетинга <https://6-sense.pro/resource>

9. Портал «Паблик рилейшинз в российском контексте»: <http://www.pr-info.ru/>

10. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система <https://www.garant.ru/>

11. PR и реклама. Обзор электронных ресурсов. Российская государственная библиотека. <https://www.rsl.ru/ru/nauka/editions/bibliography-editions/pr-i-reklama-obzor-elektronnyix-resursov> Режим доступа: свободный

12. Ассоциация коммуникационных агентств России – информационная система akarussia.ru <https://www.akarussia.ru/>

13. Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система <https://infosport.ru/>

14. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система. <https://raso.ru/> Режим доступа: свободный

15. Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных minsport.gov.ru
16. База данных “Национальная электронная библиотека” <https://rusneb.ru/>
17. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru) Режим доступа: свободный
18. База данных «Электронная библиотека экономической и деловой литературы» Административно-управленческого портала <http://www.aup.ru/library/>
19. Всероссийский центр изучения общественного мнения. База данных [Данные опросов - ВЦИОМ-Навигатор \(wciom.ru\)](http://wciom.ru)
20. Ассоциация менеджеров: деловое объединение России (<https://amr.ru/>)
Режим доступа: свободный
21. База данных и знаний сервиса журналистских запросов <https://pressfeed.ru/> Режим доступа: смешанный (включая режим с использованием логина и пароля)

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).
2. [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

EVENT LIV – деловой портал профессионалов event индустрии <https://event-live.ru/>

Энциклопедия маркетинга
<https://www.marketing.spb.ru/>
Режим доступа: свободный

Сайт «Powerbranding» (Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе). Раздел «Шаблоны»
<http://powerbranding.ru/shablony/>
Режим доступа: свободный

Информационный портал «Информιο» – информационная справочная и поисковая система
<https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный

Информационный портал event-индустрии. <https://event.ru/>

Интерактивный портал event-индустрии - <https://www.event-forum.ru>

Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система <https://elibrary.ru/>
Режим доступа: с использованием логина и пароля

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Информационный портал «Информιο» – информационная справочная и поисковая система
<https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный

Event-catalog - все для организации мероприятий
<https://eventcatalog.ru/>

Холдинг «СБК. Спорт Бизнес Консалтинг» – профессиональная база данных (<https://s-bc.ru>).
Режим доступа: свободный

Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных (<https://insportexpo.com>).
Режим доступа: смешанный

Deadline.Media -
профессиональная социальная сеть для журналистов, стрингеров, блогеров, PR-менеджеров, пресс-секретарей, маркетологов и экспертов-нюсмейкеров <https://deadline.media/>
Режим доступа: с использованием логина и пароля

Сайт Росстата с базами данных по отраслям (Профессиональная база данных) <https://rosstat.gov.ru/databases>
Режим доступа: с использованием логина и пароля

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.ДВ.01. 01 Event-технология в сфере физической культуры и спорта» для обучающихся Гуманитарного института 3 очный, 3 заочный курсов направления подготовки/специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной / заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): 6 семестр очный, 5 семестр заочный

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Доклад по теме 2 «Ивент-маркетинг как инструмент создания и продвижения спортивного» - «Сущность, предпосылки появления, принципы разработки Event	2 неделя	5
2	Выступление на семинаре «Разработка креативной концепции ивента» по теме 3 «Разработка ивент-мероприятий в спорте. Креатив в ивент-мероприятиях»	3 неделя	15
3	Презентация «Методы и принципы формирования бюджета на проведение ивента» по теме 4 «Факторы, влияющие на бюджет...»	4 неделя	10
4	Выполнение практического задания №1 «Разработка рекламы по продвижению ивента»	5 неделя	10
5	Выполнение практического задания №2 по теме «Построение персонального бренда руководителя ивента-агентства»	6 неделя	10
6	Деловая игра «Мнение фокус-групп; экспертное мнение; мнение потребителей относительно эффективности ивента»	7 неделя	10
7	Практикум: «Модификация, ноу-хау, заимствование инструментов проведения и продвижения ивента» по теме «Тема 5. Социальные тренды и влияние на событие. Признание событийного менеджмента как профессии. Рост событийной отрасли. Событийный франчайзинг. Расширение знаний и научных исследований в области	13 неделя	10

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения

	<i>событийного менеджмента»</i>		
8	<i>Посещение занятий</i>	<i>В течение семестра</i>	<i>10</i>
	Зачет		20 баллов
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	<i>Контрольная работа по теме 1 «Признаки специального события. "Естественные" и "Искусственные" события»</i>	5
2	<i>Эссе по теме, пропущенной студентом</i>	5
3	<i>Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)</i>	10
4	<i>Выполнение практического задания «Разработка инструментов работы со зрительской аудиторией ивента»</i>	10
5	<i>Презентация на тему «Характеристика стадий разработки ивента «под ключ»»</i>	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			

Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

**Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего
контроля успеваемости**

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.01.01 Event-технология в сфере физической культуры и спорта»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): 6 семестр - очный, 5 семестр заочный

Цель освоения дисциплины (модуля): формирование базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с событийным менеджментом в спортивной индустрии; развитие интереса к области событийного менеджмента в спортивной индустрии, связанной с управлением процессом организации мероприятия, его продвижением в публичном пространстве, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области; формирование знаний и умений пользования современного инструментария организации мероприятий для индустрии спорта.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	6		5
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	6		5

	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	6		5
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6		5
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	6		5
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	6		5
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	6		5
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	6		5
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	6		5
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	6		5
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	6		5

4. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетные единицы, 108 академических часов.**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Понятия "специальное событие", "event". Признаки специального события. "Естественные" и "Искусственные"	6	4	2	10	-	

	события						
2	Тема 2. Ивент-маркетинг как инструмент создания и продвижения спортивного бренда	6	4	2	10	-	
3	Тема 3. Разработка ивент-мероприятий в спорте. Креатив в ивент-мероприятиях	6	4	4	14	-	
4	Тема 4. Факторы, влияющие на бюджет. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. (Зарплаты). Техника безопасности. Охрана. Элементы и категории контроля	6	4	10	20	-	
5	Тема 5. Социальные тренды и влияние на событие. Признание событийного менеджмента как профессии. Рост событийной отрасли. Событийный франчайзинг. Расширение знаний и научных исследований в области событийного менеджмента.	6	2	8	10	-	
Итого часов: 108			18	26	64		Зачет

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Понятия "специальное событие", "event". Признаки специального события. "Естественные" и "Искусственные" события	5	0,5		10	-	
2	Тема 2. Ивент-маркетинг как инструмент создания и продвижения спортивного бренда	5	0,5		15	-	
3	Тема 3. Разработка ивент-мероприятий в спорте. Креатив в ивент-мероприятиях	5	0,5	2	25	-	
4	Тема 4. Факторы, влияющие на бюджет. Формирование цены на	5	0,5	2	30	-	

	услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. (Зарплаты). Техника безопасности. Охрана. Элементы и категории контроля						
5	Тема 5. Социальные тренды и влияние на событие. Признание событийного менеджмента как профессии. Рост событийной отрасли. Событийный франчайзинг. Расширение знаний и научных исследований в области событийного менеджмента.	5			22	-	
Итого часов: 108			2	4	102		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.ДВ.01.02 Организация и проведение выставок»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)
утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.
Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 3 от «_02_» ___ октября 2022__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 2 от «_15» __ сентября _ 2023__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол №1 от «_3_» сентября___ 2024__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № от «__» ___ 20__ г.

Составитель:

Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы,
связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.ДВ.01.02 Организация и проведение выставок» является изучение и реализация студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области выставочного дела; использования выставки, как эффективного инструмента бизнес-коммуникаций в конкурентной среде.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Курс «Организация и проведение выставок» способствует формированию знаний и навыков, необходимых для работы будущего специалиста в области рекламных и PR-коммуникаций, организации и проведения выставок, оценки эффективности рекламно-информационного продвижения товаров/услуг.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR», определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование в процессе обучения у студента профессиональных знаний атрибутов рекламы и PR-деятельности, определения ее типа и на этой основе выбор и применение эффективных моделей подготовки, проведения и информационного сопровождения выставок, соответствующих требованиям современного мира.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным, в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «Организация и проведение выставок» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данного курса является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	форма обучения (ускоренное обучение) ¹
1	2	3	4	5

¹Заполняется при наличии ускоренного обучения.

УК-2Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
Начальный этап УК-2.1.	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	6	5	
Продвинутый этап УК-2.2.	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	6	5	
Завершающий этап УК-2.3.	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6	5	
ПК-3Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 Начальный этап	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	6	5	
ПК-3.2. Продвинутый этап ПК-3.5	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	6	5	
ПК-3.3. Завершающий этап	Владеет инструментами медиапланирования. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	6	5	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3зачетных единицы, 108академических часов.**

Очнаяформа обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятел ьная работа	Контроль	
1	Раздел I. Сущность, цели и функции выставочной деятельности.	6	6	10	24		
2	Раздел II. Организация подготовки и проведения выставки.	6	6	8	20		
3	Раздел III. Организация участия предприятия в выставках.	6	6	8	20		
Итого часов: 108			18	26	64		Зачет

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятел ьная работа	Контроль	
1	Раздел I. Сущность, цели и функции выставочной деятельности.	5	1		34		
2	Раздел II. Организация подготовки и проведения выставки.	5	0,5	2	34		
3	Раздел III. Организация участия предприятия в выставках.	5	0,5	2	34		
Итого часов: 108			2	4	102		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Зачет.

Вопросы к зачету.

1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие.
2. История и современные тенденции развития выставочной деятельности в России.

3. Основные отличия выставки от ярмарки.
4. Участники выставочной деятельности: организатор, посетитель, экспонент.
5. Понятие «выставочная деятельность» для организатора, экспонента и содействующих организаций.
6. Функции и цели выставочной деятельности.
7. Классификация выставок по географическому составу экспонентов.
8. Классификация по тематическому или отраслевому признаку.
9. Классификация по степени значимости.
10. Классификация по времени функционирования.
11. Классификация по организационному признаку
12. Классификация по территориальному признаку.
13. Материально-техническая база выставочной деятельности.
14. Экономические аспекты выставочной деятельности (затраты и ценообразование).
15. Планирование и управление выставочной деятельностью.
16. Документационное обеспечение выставочной деятельности.
17. Экономический анализ рисков в выставочной деятельности.
18. Рекламные технологии в выставочной деятельности
19. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в РФ
20. Нормативно-правовая база выставочной деятельности.
21. Международные соглашения в сфере выставочной деятельности.
22. Значение выставки в организации продвижения фирмы на рынок.
23. Принцип выбора выставки по регионам, по целевым группам.
24. Технология подготовки выставки.
25. Организаторы выставочных мероприятий. Основные цели, задачи и правила организации выставок.
26. Процесс организации выставочной деятельности.
27. Характеристика основных этапов подготовки выставки.
28. Характеристика этапов проведения выставки.
29. Анализ итогов выставочного мероприятия.
30. Подготовка предприятия к участию в выставке.
31. Планирование бюджета и маркетинговых исследований на выставке.
32. Организация показа экспонатов.
33. Работа персонала на выставке.
34. Функции стендиста.
35. Организация контактов с потенциальными партнерами.
36. Работа со средствами массовой информации.
37. Проведение запланированных маркетинговых исследований.
38. Изучение стендов конкурентов на выставке.
39. Конструктивные особенности выставочного оборудования.
40. Мобильные и выставочные стенды.
41. Проектирование и способы изготовления экспонатов и выставочного оборудования.
42. Порядок установки и размещения выставочного оборудования.
43. Меры безопасности при работе с выставочным оборудованием.
44. Закрытие выставки, демонтаж оборудования, отправка экспонатов.
45. Подведение итогов участия предприятия в выставке.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 194с.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=699333
2. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник / В. Г. Петелин. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 448 с.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684721>
3. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие / Л. Е. Стровский, Е. Д. Фролова, Д. Л. Стровский [и др.]; ред. Л. Е. Стровский. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 289 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684546>

б) Дополнительная литература:

1. Докашенко, Л. В. Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности : учебное пособие / Л. В. Докашенко ; Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2015. — 164 с.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438990>
2. Технология выставочной деятельности в социально-культурной сфере : учебно-методическое пособие: / авт.-сост. Ю. В. Бовкунова, Н. В. Ефремова, Е. В. Мирошниченко ; Белгородский государственный институт искусств и культуры. — Белгород : Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2019. — 166 с.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615923>
3. Калиева, О. М. Реклама в коммерческой деятельности : учебное пособие / О. М. Калиева, Е. П. Лухменева; Оренбургский государственный университет. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2012. — 156 с.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=25882>
4. Киштымков А. Л. Беларусь на выставках XIX – начала XX в. / А. Л. Киштымков ; науч. ред. С. П. Витязь; Национальная академия наук Беларуси, Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы. — Минск : Беларуская наука, 2021. — 301 с.
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685865>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Интернет-ресурсы

1. Организация и проведение выставок <https://gkevent.pro/stati/organizatsiia-i-provedenie-vystavok>
2. План подготовки организации выставки <https://rent4all.ru/Poleznoe/plan-podgotovki-organizacii-vystavki>
3. Международная выставка-форум «Россия»
https://russia.ru/?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com
4. Выставка достижений народного хозяйства <https://vdnh.ru/>
5. Экспокар — выставки, конференции, семинары <https://expomap.ru/>
6. Онлайн выставки в Москве. Смотреть бесплатно трансляции онлайн выставок в Москве
<https://www.mos.ru/city/projects/kulturaonline/expositions/#>
7. Мультимедийные интерактивные выставки <https://artplaymedia.ru/>

8. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система https://library.bsu.edu.ru/library/e-lib/inet/news_detail.php?ID=220483
9. [Public Relations в Российском контексте – информационная система](https://www.pr-info.ru/) <https://www.pr-info.ru/>
10. Российская ассоциация по связям с общественностью – информационная система <https://raso.ru/>
11. Журнал «PR в России» – информационная система www.rupr.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

–программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru)
2. Открытая платформа Спортивная Россия – информационная система (infosport.ru)
3. Федеральный портал Российское образование – информационная система (edu.ru)
3. Библиотека «Куб» (www.koob.ru).
4. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» - информационная система
5. Энциклопедия маркетинга <https://www.marketing.spb.ru/>
Режим доступа: свободный
6. PRexplore— ресурс о связях с общественностью, массовых коммуникациях, PR-инструментах и медиатехнологиях. <https://prexplore.ru>
Режим доступа: свободный

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система <https://www.informio.ru/>
Режим доступа: свободный
2. Экспоцентр -65 Выставочные порталы России <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/vystavochnye-portaly-rossii/>
3. EXPONET
<https://www.exponet.ru/infocentre/about.ru.html>
4. РСВЯ online Новостной портал Российского союза выставок и ярмарок
<https://ruef-online.ru/>
5. Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.ДВ.01.02 Организация и проведение выставок» для обучающихся Гуманитарного института, направления подготовки/специальности: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**, Направленности (профилю): Спортивная реклама и PR бакалавриат, форма обучения: очная/заочная

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.

Сроки изучения дисциплины (модуля): для очной формы обучения - бсеместр;

для заочной формы обучения - 5семестр;

Форма промежуточной аттестации: *зачет*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Для очного отделения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по разделу (модулю) «Сущность, цели и функции выставочной деятельности».		5
2	Управляемая дискуссия на тему: «Организация подготовки и проведения выставок: отечественный и иностр		10
3	Выступление на семинаре: «Организация работы выставки и ее		5
4	Выполнение практического задания №1 по теме: «Правовые основы выставочной деятельности».		5
5	Выполнение практического задания №2 по теме: «Структура выставочной деятельности».		5
6	Тест по пройденному материалу.		10
7	Написание реферата по теме: «История ярмарочно-выставочной деятельности в России»		15
8	Презентация по разделу: «Организация участия предприятия в выставках».		5
9.	Выступление на семинаре по теме: «Выставки и ярмарки как социокультурный и экономический феномен.		5

10.	Доклад по теме: «Обзор нормативно-правовой базы ВЯД в России»		5
11	Посещение занятий		10
12	Зачет		20

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по разделу (модулю) «Сущность, цели и функции выставочной деятельности».	10
3	Подготовка доклада «Организация работы выставки и ее информационное сопровождение»	10
4	Подготовка доклада «История ярмарочно-выставочной деятельности в России»	10
6	Написание реферата по выбранной теме.	15

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

- Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Б1.В.ДВ.01.02 Организация и проведение выставок»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.ДВ.01.02 Организация и проведение выставок» является изучение и реализация студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области выставочного дела; использования выставки, как эффективного инструмента бизнес-коммуникаций в конкурентной среде.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):

Для очной формы обучения – 6 семестр;

Для заочной формы обучения – 5 семестр;

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	форма обучения (ускоренное обучение) ²
1	2	3	4	5
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
Начальный этап УК-2.1.	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	6	5	
Продвинутый этап УК-2.2.	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	6	5	
Завершающий этап УК-2.3.	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6	5	
ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 Начальный этап	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	6	5	

²Заполняется при наличии ускоренного обучения.

ПК-3.2. Продвинутый этап	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	6	5	
ПК-3.5	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
ПК-3.3. Завершающий этап	Владеет инструментами медиапланирования. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	6	5	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел I. Сущность, цели и функции выставочной деятельности.	6	6	10	24		
2	Раздел II. Организация подготовки и проведения выставки.	6	6	8	20		
3	Раздел III. Организация участия предприятия в выставках.	6	6	8	20		
Итого часов: 108			18	26	64		Зачет

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел I. Сущность, цели и функции выставочной деятельности.	5	1		34		
2	Раздел II. Организация подготовки и проведения выставки.	5	0,5	2	34		
3	Раздел III. Организация участия предприятия в выставках.	5	0,5	2	34		
Итого часов: 108		2	4	102			Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики гимнастики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
«АЭРОБИКА»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленности (профиль):

Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
теории и методики гимнастики
Протокол № 02 от «4» сентября 2024 г.

Составитель:

Андреасян К.Б., К.П.Н., доцент кафедры Теории и методики гимнастики
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «АЭРОБИКА» является: обеспечить готовность к организации и проведению физкультурно-массовой работы с использованием современных направлений аэробики для оздоровления, разностороннего развития, закаливания и приобщения к здоровому образу жизни на основе приобретения обучающимися знаний, умений и практических навыков.

Данная дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина (модуль) «Б1.В.ДВ.02.02.Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «АЭРОБИКА»», являясь важнейшим компонентом физической культуры и культуры личности, тесно связана с курсами гуманитарного и естественнонаучного цикла, поскольку ориентирован на познание той части культуры, которая является специфическим фактором совершенствования природных (естественных) качеств и способностей человека, оптимизации его физического состояния, физического развития и здоровья в целом.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности		

УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности; УК-7.2. Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря; УК-7.3. Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников; УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта; УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений.	I	
УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; УК-7.7. Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности; УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	I	
УК-7.9. Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности; УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	I	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Общие основы теории и методики проведения базовых групповых программ аэробики. Классическая аэробика, степ-аэробика	I		12	16		
2	Методика проведения урока			2	4		
3	Групповые программы на силу			2	4		
4	Организационно-методические формы проведения занятий в оздоровительном фитнесе			4	10		
	ИТОГО: 54			20	34		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Перечень примерных контрольных вопросов к зачёту.

1. Оздоровительный фитнес как массовое направление физического воспитания. Задачи, виды и средства оздоровительной гимнастики.
2. Здоровый образ жизни и его составляющие.

3. Терминология в фитнесе.
4. Классификация различных видов базовых групповых программ.
5. Стретчинг как система упражнений на растягивание (направленность, задачи, содержание, особенности проведения).
6. Место упражнений на растягивание в силовых программах.
7. Классическая аэробика. Общая характеристика, классификация.
8. Степ-аэробика. Общая характеристика.
9. Структура урока аэробики. Особенности организации и методика проведения отдельных частей урока.
10. Основные виды групповых силовых программ в фитнесе.
11. Методы тестирования физической подготовки в оздоровительном фитнесе.
12. Правила безопасности проведения занятий фитнесом.
13. Характеристика силовой тренировки с использованием малого оборудования (направленность, отличительные особенности, задачи, средства и методы тренировки).
14. Значение и особенности использования музыкального сопровождения в оздоровительной аэробике.
15. Особенности хореографии в аэробике. Методика составления и разучивания комбинаций.
16. Оздоровительная аэробика низкой и высокой интенсивности.
17. Методика и техника силовых упражнений с гантелями и бодибарами.
18. Методы изменения интенсивности занятия оздоровительной аэробикой с помощью различной хореографии.

19. Методика разучивания комбинаций в аэробике. Специфические методы разучивания комбинаций в оздоровительной аэробике.
20. Вербальные команды и специфическая жестикуляция преподавателя оздоровительной аэробики.
21. Управление группой на занятиях по оздоровительной аэробике.
22. Контроль физического состояния занимающихся.
23. Методика удержания занимающихся в группе.
24. Правила проведения занятий на степ-платформе.

Примерные темы рефератов

1. Развитие аэробики: исторический аспект.
2. Кондиционная гимнастика: её место в системе оздоровительных видов гимнастики и фитнесе.
3. Технология различных видов аэробики:
 - классическая аэробика,
 - степ-аэробика,
 - фит-бол аэробика,
 - велоаэробика;
 - аэробика с элементами восточных видов единоборства;
 - йога;
 - силовые виды аэробики;
 - система Пилатес и др.
 - координационная гимнастика.
4. Возрастные особенности проведения занятий аэробикой.
5. Физиологические аспекты занятий аэробикой.

6. Психологические аспекты занятий аэробикой.
7. Реабилитационная аэробика.
8. Разработка и научное обоснование новых видов оздоровительной аэробики.
9. Спортивные виды аэробики.
10. Воздействие занятий аэробикой на занимающихся разного возраста и состояния здоровья
11. Музыкальное обеспечение занятий аэробикой.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Лисицкая, Т.С. Аэробика. В 2 т. Т. I. Теория и методика / Л. В. Сиднева; Т.С. Лисицкая .— Москва : Советский спорт, 2021 .— 230 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/liti/tool?goto=713597>

б) Дополнительная литература:

1. Лисицкая, Т.С. Аэробика. В 2 т. Т. II. Частные методики / Л. В. Сиднева; Т.С. Лисицкая .— Москва : Советский спорт, 2021 .— 216 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/liti/tool?goto=713598>

2. Алаева, Л. С. Основы оздоровительной аэробики : учебное пособие : [16+] / Л. С. Алаева ; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, Кафедра теории и методики гимнастики и режиссуры. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2019. — 88 с. : табл., граф., схем. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573562

3. Михайлов, Н. Г. Методика обучения физической культуре. Аэробика : учебное пособие для вузов / Н. Г. Михайлов, Э. И. Михайлова, Е. Б. Деревлёва. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. —

138 с. — <https://urait.ru/book/metodika-obucheniya-fizicheskoy-kulture-aerobika-514579>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - <https://fgosvo.ru/>
2. Реестр примерных основных программ Министерства образования и науки Российской Федерации - <http://fgosreestr.ru>
3. Реестр профстандартов Минтруда РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru>
4. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
5. Министерства спорта Российской Федерации - www.minsport.gov.ru/
6. Федерация спортивной гимнастики России - <https://sportgymrus.ru/> - сайт.
7. Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) <https://www.gto.ru/> - сайт
8. www.jv.ru – сайт телеканала «Живи», велнес-портал в России;
9. www.fitimage.ru – сайт федерации фитнес аэробики Татьяны Лисицкой;
10. JustSport.info – сайт о фитнесе и бодибилдинге;
11. <http://wefit.ru/> - фитнес сайт о здоровье;
12. <http://www.edu.ru/> - Российское образование. Федеральный образовательный портал.

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю),

включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– *современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. [Образовательная платформа Юрайт \(urait.ru\)](http://urait.ru).
2. [Электронная библиотечная система «Рукопт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).
3. [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\)](http://biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

- i. [Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)
- ii. Федерация фитнес-аэробики России (<https://ffarsport.ru/>)
- iii. Международная федерация фитнес-аэробики (<https://fisafaaustralia.com.au/>)
- iv. Международная федерация спортивной йоги (<https://www.internationalyogafederation.net/>)
- v. Официальное опубликование правовых актов
<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202212140006?ysclid=lrt3535v91495714766>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. [Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)
2. Федерация фитнес-аэробики России База данных нормативных документов (<https://ffarsport.ru/documents>)
3. Федерация спортивной йоги России База данных нормативных документов (<https://russianyogafederation.ru/ustavnye-dokumenty.html>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Для реализации дисциплины «Аэробика», нужно:

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Спортивный зал для проведения занятий по гимнастике, аэробике и акробатике, с помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и инвентаря.
4. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Аэробика»

для обучающихся гуманитарного института I курса,
направления подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

по профилю Спортивная реклама и PR

очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: теория и методика гимнастики

Сроки изучения дисциплины (модуля): I семестр

Форма промежуточной аттестации: зачёт

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольный опрос обучающихся по теме «Общие основы оздоровительного фитнеса»	3 неделя	15

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

2	<i>Контрольная работа по теме «Классификация и терминология базовых элементов классической аэробики и степ-аэробики»</i>	6 неделя	15
3	<i>Практическое задание №1 по теме «Принципы составления соединений, сегментов и блоков хореографических комбинаций»</i>	7 неделя	25
4	<i>Практическое задание №2 по теме «Методические приемы по обучению и управлению группой»</i>	8 неделя	25
	Зачёт		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	<i>Проведение урока по классической аэробике</i>	25
2	<i>Проведение персональной тренировки по выбранной направленности</i>	25
3	<i>Презентация по теме «Классификация и терминология базовых элементов классической аэробики»</i>	15

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики гимнастики

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
«АЭРОБИКА»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 академических часа

2. Семестры освоения дисциплины: 1 семестр – очная форма обучения

3. Цель освоения дисциплины: обеспечить готовность к организации и проведению физкультурно-массовой работы с использованием современных направлений аэробики для оздоровления, разностороннего развития, закаливания и приобщения к здоровому образу жизни на основе приобретения обучающимися знаний, умений и практических навыков.

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

УК-7 –способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности		
	УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности; УК-7.2. Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря; УК-7.3. Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников; УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта; УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений.	I	
	УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности;	I	

	УК-7.7. Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности; УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.		
	УК-7.9. Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности; УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	I	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Общие основы теории и методики проведения базовых групповых программ аэробики. Классическая аэробика, степ-аэробика	I		12	16		
2	Методика проведения урока			2	4		
3	Групповые программы на силу			2	4		
4	Организационно-методические формы проведения занятий в оздоровительном фитнесе			4	10		
ИТОГО: 54				20	34		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования

Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра Теории и методики баскетбола

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Элективные дисциплины

по физической культуре и спорту «Баскетбол»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование)

Профили: **«Спортивная реклама и PR»**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры теории
и методики баскетбола
Протокол №1 от «29» августа 2024 г.

Составитель:

Лаптев Сергей Олегович – ст.преподаватель кафедры ТиМ баскетбола
РГУФКСМиТ;

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту, спортивные игры (баскетбол)» для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является: формирование физической культуры личности посредством достижения уровня развития личностных, психофизических качеств, функциональной подготовленности организма, соответствующего требованиям жизнедеятельности, профессии, сохранения здоровья, совершенствование мотивации к занятиям физической культурой и спортом на основе ценностных мировоззренческих установок для воплощения в жизнь нереализованного потенциала личности.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП.

Программа дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту, спортивные игры (баскетбол)» *вариативной части* составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью *профиля* подготовки «Спортивная реклама и PR» и в соответствии с ООП (ОПОП) реализуемой в РГУФКСМиТ.

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту, спортивные игры (баскетбол)», тесно связана с большинством дисциплин ООП (ОПОП): анатомией, физиологией, биомеханикой, гигиеной, педагогикой, психологией, основами теории физической культуры. Знания, умения и навыки, приобретённые в процессе освоения дисциплины будут использованы обучающимися при прохождении других двигательных дисциплин.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту, спортивные игры (баскетбол)».

В процессе изучения учебной дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту, спортивные игры (баскетбол)» у студентов формируются следующих компетенций:

1. Универсальные:

- Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	О ч н а я ф о р м а о б у ч е н и я	О ч н о - з а о ч н а я ф о р м а о б у ч е н и я	З а о ч н а я ф о р м а о б у ч е н и я
1	3	5	6	7

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности; УК-7.2. Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря; УК-7.3. Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников; УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта; УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений. УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности; УК-7.7. Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности; УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений. УК-7.9. Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности; УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	4	-	-

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 ак. часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Се- ме- стр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занят ия лекци онног о типа	Занят ия семинарског о типа	Сам осто ятел ьная рабо та	Кон троль	
Модуль «Баскетбол»							
1.	Общие основы баскетбола	4	-	-	4		
1.1	История возникновения и развития баскетбола в России и в мире	-	-	-	2		
1.2	Современное состояние и перспективы развития баскетбола	-	-	-	2		

2.	Содержание игровой деятельности в баскетболе	4	-	4	8		
2.1	Характеристика игры		-	1	4		
2.2	Техника баскетбола		-	2	2		
2.3	Тактика баскетбола		-	1	2		
3.	Формирование навыков педагогического мастерства	4	-	14	16		
3.1	Методика обучения технике баскетбола		-	12	12		
3.2	Методика обучения тактике баскетбола		-	2	4		
4.	Организация и проведение соревнований по баскетболу	4	-	2	6		
4.1	Современные правила баскетбола		-	1	4		
4.2	Методика организации и проведения соревнований по баскетболу		-	1	2		
Итого: 54 часа			-	20	34		зачет

ПРОГРАММНЫЙ МАТЕРИАЛ

1. Общие основы баскетбола– 4 часа.

СРС– 4 часа.

1.1. История возникновения и развития баскетбола в России и в мире - 2 часа.

Изучить историю возникновения баскетбола в России и мире, образование ФИБА, федерации баскетбола СССР и России, проведение первых международных соревнований под эгидой ФИБА, этапы развития баскетбола в СССР и России, участие советских и российских баскетболистов в главных международных соревнованиях – 2 часа.

1.2. Современное состояние и перспективы развития баскетбола- 2 часа.

Изучить современное состояние баскетбола в мире и России, участие ведущих национальных и резервных сборных команд по баскетболу в международных соревнованиях, проанализировать изменения результатов рейтинга по окончании соревнований – 2 часа.

2. Содержание игровой деятельности в баскетболе 4 часа (СРС 8 ч)

2.1. Характеристика игры 1 час (СРС 4 ч).

Практические занятия – 1 час.

1. Изучить основы и особенности игровой деятельности в баскетболе: переменный характер, последовательность и интенсивность выполнения действий. Постоянное противоборство нападения и защиты. Изучить скоростно-силовой характер игры, действий с высокой степенью точности движений в условиях лимита времени. Сочетание индивидуальности и коллективных действий в игре. Психологическая характеристика игры, особенности внешней среды и условий спортивной деятельности баскетболистов – 1 час.

2.2. Техника баскетбола – 2 часа (СРС 2ч).

Практические занятия – 2 часа.

1. Изучить общую характеристику и особенности техники игры и ее значение для роста спортивного мастерства, понятия и принципы деления на «разделы», «приёмы», «способы», «разновидности» и «условия выполнения» технических приемов, классификацию техники нападения и техники защиты – 2 часа.

2.3. Тактика баскетбола- 1 час (СРС 2 ч).

Практические занятия – 1 час.

1. Изучить классификацию тактики баскетбола, условные понятия и принципы деления на «разделы», «группы», «виды» и «способы», основы тактики баскетбола в нападении: индивидуальные действия баскетболиста без мяча и с мячом, групповые взаимодействия двух и трех игроков. Изучить основы тактики баскетбола в нападении: командные действия баскетболистов. Изучить индивидуальные действия баскетболиста в защите: против игрока без

мяча и с мячом, групповые взаимодействия двух и трех игроков и командные действия баскетболистов в защите – 1 час.

3. Формирование навыков педагогического мастерства – 14 часов (СРС 16ч)..

3.1 Методика обучения технике баскетбола – 12 часов (СРС 12ч).

Практические занятия – 12 часов

1. Изучить структуру и содержание поэтапного обучения техническим приемам в баскетболе: ознакомление с приёмом, изучение приёма в упрощенных, специально созданных условиях, целостное формирование двигательного навыка и закрепление приёма в игре, составление конспекта основной части занятия по обучению техническому приему – 1 час.
2. Изучить фазовую структуру техники и ее педагогическое значение, выявить определяющее (ведущее) звено технического приема, второстепенные детали техники и индивидуальные особенности (стиль), определить взаимосвязь техники с физическими качествами баскетболистов – 1 час.
3. Изучить основные технические приемы в баскетболе: основная стойка баскетболиста, остановки и повороты – 2 часа.
4. Изучить основные технические приемы в баскетболе: передвижение в защитной стойке – 2 часа.
5. Изучить основные технические приемы в баскетболе: ловля, передача мяча – 2 часа.
6. Изучить основные технические приемы в баскетболе: ведение мяча – 1 час.
7. Изучить основные технические приемы в баскетболе: бросок мяча в движении – 2 часа.
8. Изучить основные технические приемы в баскетболе: штрафной бросок – 1 час.

3.2 Методика обучения тактике баскетбола – 2 часа (СРС 4 ч).

1. Изучить структуру и содержание поэтапного обучения тактике баскетбола. Задачи тактической подготовки на начальном этапе. Методы и средства

обучения. Последовательность обучения тактике баскетбола – 1 час.

2. Изучить основные индивидуальные и групповые действия в нападении и защите в баскетболе: розыгрыш мяча и атака корзины, взаимодействия двух и трех игроков – 1 час.

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется посредством устного опроса, выполнения контрольных нормативов и демонстрации выполнения технических приемов, разработки частей урока по методике обучения техники и тактики, судейства учебной игры или ее части и защиты подготовленного реферата. В зависимости от контингента и условий, демонстрация может осуществляться как самостоятельно на площадке, так и схематически на демонстрационной доске.

С целью стимулирования учебной деятельности, творческой активности и самостоятельной работы студентов на протяжении всего периода изучения дисциплины, обеспечения систематической аттестации всех видов учебной работы используют балльную систему контроля качества обучения.

Текущий контроль успеваемости представляет собой проверку усвоения учебного материала, регулярно осуществляемую на протяжении семестра, а также дает возможность для балльно-рейтинговой оценки успеваемости студента.

Для определения уровня сформированности компетенций студента, прошедшего соответствующую подготовку, в настоящее время предлагаются новые методы. Наиболее распространенными из них являются стандартизированные тесты с дополнительным творческим заданием.

Критериями успешной работы на практических занятиях являются:

1. посещение студентом всех аудиторных практических занятий;

2. выполнение всех заданий преподавателя во время практического занятия и сдача контрольных нормативов:

- техника передвижения в нападении: остановки и повороты;
- техника передвижения в защите: защитная стойка и передвижение в защитной стойке;
- техника владения мячом: ловля и передачи мяча на месте и в движении
- техника владения мячом: ведение мяча на месте и в движении;
- техника владения мячом: броски в движении;
- техника владения мячом: штрафной бросок.

Критерием формирования у студента необходимых умений и навыков является получение правильных ответов и сдача практических нормативов по всем заданиям и написание плана-конспекта занятия по обучению техническим приемам.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Промежуточная аттестация состоит из балльно-рейтинговой системы и итогового устного опроса теоретических вопросов.

Виды контроля и отчетности дифференцированы с таким расчетом, чтобы оценивать не столько степень механического запоминания учебного материала, сколько уровень его усвоения, понимания, осмысления и способности в итоге к практической реализации. Главной составной частью зачетно-экзаменационных требований, обязательным условиям допуска

студента к зачету/экзамену являются результаты текущей отчетности по каждому самостоятельно выполненному заданию.

Изучение курса завершается зачетом в конце семестра. Шкала итоговых оценок успеваемости в зависимости от набранных баллов по дисциплинам, завершающимся зачетом.

Набранные баллы	51–60	61–67	68–84	85–93	94–100
Оценка по 5-балльной шкале	2	3	4	5	
Оценка по шкале ECTS	F	D	C	B	A
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	отлично

Теоретические вопросы, выносимые на зачет.

Перечень вопросов:

1. Возникновение баскетбола. Первые правила и соревнования.
 2. Баскетбол на Олимпийских играх (краткий экскурс).
 3. ФИБА, ФИБА-Европы и РФБ – органы управления развитием баскетбола в мире и в России.
 4. Правила игры баскетбол.
 5. Спортивные достижения советских и российских баскетболистов.
 6. Характеристика мини-баскетбола.
 7. Понятия «техника», «классификация техники» и «прием техники».
 8. Оборудование и инвентарь баскетбольного зала.
 9. Основные травмы при занятиях баскетболом.
 10. Способы предотвращения травматизма на занятиях по баскетболу.
 11. Оказание первичной помощи при растяжении голеностопного сустава.
- Профилактические мероприятия, предотвращающие растяжение голеностопного сустава.

12. Оказание первичной помощи при выбивании фаланги пальцев.
Профилактические мероприятия, предотвращающие выбивание.
13. Оказание помощи при ушибах.
14. Как отличить ушиб от перелома.
15. Методика построения занятий по баскетболу, обеспечивающая предотвращение травматизма игроков.
16. Действия педагога при травме коленного сустава.
17. Анализ, примеры записи схем тактических действий (по заданию преподавателя).
18. Средства обучения технике игры в баскетбол.
19. Методы обучения технике игры в баскетбол.
20. Методы организации занимающихся на занятиях по баскетболу.
21. Последовательность обучения технике игры.
22. Классификация техники игры.
23. Методика обучения технике игры.
24. Классификация тактики игры.
25. Методика обучения тактике игры.

Вопросы по правилам игры:

1. Характеристика игры. Цель команд и определение победителя.
2. Игровая площадка. Размеры и разметка.
3. Игроки команд. Количественный состав команд. Права и обязанности капитана команды.
4. Игровая форма и экипировка.
5. Игровое время, периоды и дополнительные периоды.
6. Заброшенный мяч: когда он заброшен и его цена.
7. Замена игроков.
9. Нарушения: Игрок или мяч за пределами площадки.
10. Ведение мяча, неправильное ведение мяча.
11. Нарушения: Пробежка.

12. Нарушения: 3 секунды.
12. Нарушения: мяч, возвращенный в тыловую зону.
13. Нарушения: 8 секунд.
14. Нарушения: 24 секунды.
15. Нарушения: Помеха попаданию и помеха мячу при броске.
16. Фолы: персональный, обоюдный, неспортивный, дисквалифицирующий, технический.
17. Пять фолов игрока, командные фолы, штрафные броски.
18. Методика ведения протокола игры в баскетбол.

Темы рефератов:

1. История возникновения и развития баскетбола в России и мире.
2. История Олимпийского баскетбола.
3. История участия советских и российских команд по баскетболу в крупнейших международных соревнованиях.
4. Нормативно-правовые основы организации тренировочного процесса по баскетболу.
5. Федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта баскетбол.
6. Современное состояние баскетбола в России и мире.
7. Баскетбол и его разновидности. Характеристика мини-баскетбола.
8. Баскетбол и его разновидности. Характеристика стритбола.
9. Баскетбол и его разновидности. Баскетбол для инвалидов-колясочников.
10. Методика обучения баскетболу.
11. Структура обучения методики технического приема (по заданию преподавателя).
12. Современные правила игры.
13. Методика организации и проведения соревнований.
14. Характеристика игры.

15.Тема по выбору студента (при обязательном согласовании с преподавателем по специализации).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Герасимов, К. А. Физическая культура : баскетбол : учебное пособие : [16+] / К. А. Герасимов, В. М. Климов, М. А. Гусева ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 51 с. : ил., табл.

http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576215

2. Губа, В.П. Теория и методика спортивных игр : учебник / В.П. Губа .— Москва : Спорт, 2020 .— 721 с. : ил. <https://lib.rucont.ru/efd/727776/info>

3. Спортивные игры: основы обучения технике игры / И.И. Таран, А.Г. Беляев, М.Н. Поповская, Н.Е. Игнатенков .— Великие Луки : Великолукская государственная академия физической культуры и спорта, 2017 .— 176 с. <https://lib.rucont.ru/efd/775953/info>

б) Дополнительная литература:

1. Алхасов, Д. С. Базовые и новые виды физкультурно-спортивной деятельности с методикой преподавания: спортивные игры : учебник для вузов / Д. С. Алхасов, А. К. Пономарев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14409-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544314>

2. Баскетбол в системе физического воспитания высшего учебного заведения : учебное пособие : [16+] / А. В. Зюкин, С. А. Барченко, И. П. Васютина [и др.] ; под общ. ред. А. В. Зюкина, Л. Н. Шелковой, В. П. Овчинникова, А. М. Фокина [и др.]. – Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2020. – 115 с. : ил. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=692480

3. Ковыршина, Е.Ю. Разновидности спортивных игр : [учеб. пособие] / Ю.Н. Эртман, В.Ф. Кириченко; Сиб. гос. ун-т физ. культуры и спорта; Е.Ю. Ковыршина .— Омск : Изд-во СибГУФК, 2017 .— 109 с. <https://lib.rucont.ru/lti/tool?goto=640977>

4. Баскетбол в системе физического воспитания высшего учебного заведения : учебное пособие : [16+] / А. В. Зюкин, С. А. Барченко, И. П. Васютина [и др.] ; под общ. ред. А. В. Зюкина, Л. Н. Шелковой, В. П. Овчинникова, А. М. Фокина [и др.]. – Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2020. – 115 с. : ил. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=692480

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. [ReferyPro баскетбольный сайт для судей https://referypro.ru/](https://referypro.ru/)
2. [Международный паралимпийский комитет https://www.paralympic.org/](https://www.paralympic.org/)
3. [Федерация баскетбола города Москвы https://mosbasket.ru/](https://mosbasket.ru/)

4. Научно-теоретический журнал "Теория и практика физической культуры".
<http://www.teoriya.ru/journals/>
5. Российская спортивная энциклопедия <http://www.libsport.ru/>
6. Непрерывное образование тренеров. Система онлайн-обучения и тестирования тренеров <https://test-trener.ru>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

- Операционная система – Microsoft Windows 10;
- Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
- Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Образовательная платформа Юрайт (urait.ru).
Электронная библиотечная система «Руконт» (lib.rucont.ru).
Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

[Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

[Российская федерация баскетбола \(https://russiabasket.ru/\)](https://russiabasket.ru/)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

[Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Российская федерация баскетбола. База нормативных документов \(https://russiabasket.ru/federation/documents\)](https://russiabasket.ru/federation/documents)

[Международная федерация баскетбола. База данных игроков и команд \(https://www.fiba.basketball/en/search?#tab=players and teams\).](https://www.fiba.basketball/en/search?#tab=players and teams)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).
Кабинеты:

1. Методический кабинет № 242

2. Конференц-зал № 238 (Компьютерный класс).

Научная аппаратура и оргтехника:

- Акустическая система активная Wharfedale Titan 12 Active;
- Видеокамера SONYBCR-CR42E;
- Видеомагнитофон и DVD рекордер;
- Интерактивная доска Smart Board 660;
- Комплект информационных универсальных табло для игровых видов спорта с системой подвеса;
- Компьютер комплектации «Стандарт» - (9 шт.);
- Компьютер комплектации «ФАЙЛ-СЕРВЕР»;
- Ноутбук – 3 штуки;
- Проектор Benq PB8263;
- Эквалайзер Berhringer FBQ;
- Экран Baronet 152*203 MW.

Баскетбольный зал (с площадкой 28х15м. Баскетбольные щиты с кольцами: 10 стационарных и 4 мобильных);

Спортивный инвентарь:

- Баскетбольные мячи (7 размер) – 40 штук;
 - Баскетбольные мячи (6 размер) – 20 штук;
 - Гантели виниловые – 10 штук;
 - Медицинболы – 5 штук;
 - Набивные мячи – 20 штук;
 - Обводные стойки – 12 штук;
 - Скакалки – 20 штук

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) ««Элективные дисциплины по физической культуре и спорту, спортивные игры (баскетбол)» для студентов 2 курса Гуманитарного института, направления подготовки/ специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиля подготовки «Спортивная реклама и PR» форма обучения - очная

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Теории и методики баскетбола.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 2 курс 4 семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачёт*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Семинарское занятия по разделу «Характеристика игры»	23	2-5
2	Написание плана-конспекта	23-34	5
3	Проведение части занятия	28-43	10
4	Судейство учебной игры	33-44	5
5	Выполнение контрольных нормативов 5 микрозачетов:	23-45	45
6	1 Техника передвижения. Остановки/ повороты	24-26	5
7	2 Техника передачи мяча на месте	27-29	8
8	3 Техника ведения мяча в движении	27-32	10
9	4 Техника броска после двух шагов	35-40	15
10	5 Техника передвижений в защитной стойке	39-41	7

11	Реферат или презентация по разделам «История возникновения и развития баскетбола в России и в мире», «Современное состояние и перспективы развития баскетбола».	40-45	15
12	Посещение занятий	В течение семестра	1,5 балла за одно занятие. Максимум 30
	Зачёт		от 61-100
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Реферат или презентация по разделам «Содержание игровой деятельности в баскетболе»	10
2	Реферат или презентация по разделу «История возникновения и развития баскетбола в России и в мире»	10
3	Реферат или презентация по разделу «Современное состояние и перспективы развития баскетбола»	10
4	Дополнительные вопросы по правилам игры	10
5	Посещение, просмотр игр сборной РГУФКСМиТ по баскетболу	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра Теории и методики баскетбола

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Баскетбол»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование)

Профили: **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2024 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет: 1,5 зачетных единицы/54 часа на очной форме обучения.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):

2 курс 4 семестр – очная форма обучения;

3. Цель освоения дисциплины (модуля)

**«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»
спортивные игры (Баскетбол):**

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» является - обеспечить освоение теоретического и учебно-практического материала, необходимого для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиля подготовки «Спортивная реклама и PR», владеющих инновационными знаниями, отечественными и зарубежными практиками преподавания вида спорта баскетбол.

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» спортивные игры (Баскетбол) реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю): в результате освоения дисциплины, студент должен обладать следующей общекультурной компетенцией:

УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	О ч н а я ф о р м а о б у ч е н и я	О ч н о - з а о ч н а я ф о р м а о б у ч е н и я	З а о ч н а я ф о р м а о б у ч е н и я

1.	Общие основы баскетбола	4	-	-	4		
1.1	История возникновения и развития баскетбола в России и в мире	-	-	-	2		
1.2	Современное состояние и перспективы развития баскетбола	-	-	-	2		
2.	Содержание игровой деятельности в баскетболе	4	-	4	8		
2.1	Характеристика игры		-	1	4		
2.2	Техника баскетбола		-	2	2		
2.3	Тактика баскетбола		-	1	2		
3.	Формирование навыков педагогического мастерства	4	-	14	16		
3.1	Методика обучения технике баскетбола		-	12	12		
3.2	Методика обучения тактике баскетбола		-	2	4		
4.	Организация и проведение соревнований по баскетболу	4	-	2	6		
4.1	Современные правила баскетбола		-	1	4		
4.2	Методика организации и проведения соревнований по баскетболу		-	1	2		
Итого: 54 часа			-	20	34		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики волейбола

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «Волейбол»

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность: **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора **2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.**

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
теории и методики волейбола
Протокол № 01 от «05» сентября 2024 г.

Составители:

Булыкина Лариса Владимировна – к. пед. н., доцент, заведующий кафедрой
ТиМ волейбола ФГБОУ ВО РУС «ГЦОЛИФК»

Ананьин Александр Сергеевич – к. пед. н., доцент кафедры ТиМ волейбола
ФГБОУ ВО РУС «ГЦОЛИФК»

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1.Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» Волейбол направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю подготовки «Спортивная реклама и PR» является: формирование физической культуры личности посредством достижения уровня развития личностных, психофизических качеств, функциональной подготовленности организма, соответствующего требованиям жизнедеятельности, профессии, сохранения здоровья, совершенствование мотивации к занятиям физической культурой и спортом на основе ценностных мировоззренческих установок для воплощения в жизнь нереализованного потенциала личности.

Дисциплина (модуль) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» Волейбол направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю подготовки «Спортивная реклама и PR» реализуется на русском языке.

2.Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю подготовки «Спортивная реклама и PR». Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» Волейбол входит в цикл вариативной части и занимает важное место в подготовке бакалавров в области физической культуры. Программа подразумевает что, приступая к ее освоению, студенты уже обладают базовыми знаниями, умениями и навыками в области физической культуры и спорта. В свою очередь, знания, умения и навыки, приобретенные в процессе освоения дисциплины будут использованы обучающимися при прохождении других двигательных дисциплин.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» Волейбол, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	наименование	
1	2	3
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</i>	3
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта.	3
УК-7.8.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	3
УК-7.10.	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	3

4.Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость составляет 54 ак.ч., очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Общие основы волейбола	3	-	2	6		
1.1	История возникновения и развития игры в волейбол	3	-		4		
1.2	Правила игры и организация соревнований	3	-	2	2		
2	Содержание деятельности волейболистов	3	-	16	20		
2.1	Физические качества и физическая подготовка	3	-	6	10		
2.2	Технико-тактическая подготовка в волейболе	3	-	10	10		
3	Особенности подготовки	3	-	2	8		

	различного контингента волейболистов.						
3.1	Массовый волейбол	3	-	-	4		
3.2	Студенты ВУЗов и учащиеся школы	3	-	2	4		
Итого часов: 54 часов			-	20	34		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» Волейбол:

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» Волейбол.

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» Волейбол

Вопросы к зачету:

1. История развития волейбола в мире и России.
2. Система счета результата игры (правила игры).
3. Виды соревнований. Положение о соревнованиях, его значение и содержание.
4. Системы розыгрыша. Характеристика систем. Способы составления расписания игр и определение мест в розыгрыше.
5. Классификация техники игры в нападении.
6. Классификация техники игры в защите.
7. Общие понятия о тактике игры.
8. Классификация тактики игры в нападении.
9. Классификация тактики игры в обороне (защите).
10. Тактические действия нападения при подаче.
11. Тактические действия нападения при первой передаче.
12. Тактические действия нападения при второй передаче.
13. Тактические действия обороны при блокировании.
14. Тактические действия обороны при приеме мяча.
15. Характеристика специальных физических качеств волейболистов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1.Булыкина, Л.В. Волейбол : [учебник] / В.П. Губа; Л.В. Булыкина .— Москва : Советский спорт, 2020 .— 413 с. <https://lib.rucont.ru/efd/713605>

б)Дополнительная литература:

1)Волейбол : теория и практика : учебник : [12+] / под общ. ред. В. В. Рыцарева ; худож. Е. Ильин. – Москва : Спорт, 2016. – 456 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430479>

2)Астахова, М. В. Волейбол : учебно-методическое пособие : [16+] / М. В. Астахова, В. Ф. Стрельченко, Д. П. Крахмалев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 132 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426425>

3)Шулятьев, В. М. Студенческий волейбол : учеб. пособие / В. М. Шулятьев .— Москва : РУДН, 2011 .— 197 с. : ил. <https://lib.rucont.ru/efd/221358/info>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1)Сайт Международной федерации волейбола - <http://www.fivb.org>

2)Сайт ГКУ «ЦСТиСК» Москомспорта - <https://cst.mossport.ru/>

3)Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система (garant.ru).

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

–программное обеспечение дисциплины (модуля):

1)*Операционная система – Microsoft Windows 10;*

2)*Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*

3)*Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*

4)*Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

–современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1)[Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\).](http://lib.rucont.ru)
- 2)[Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

- 1)[Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)
- 2)[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)
- 3)[Всероссийская федерация волейбола \(https://volley.ru/\).](https://volley.ru/)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

- 1)[Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)
- 2)[Всероссийская федерация волейбола. База данных нормативных документов \(https://volley.ru/federation/documents/\).](https://volley.ru/federation/documents/)
- 3)[Международная федерация волейбола. Международная база данных сборных команд \(https://en.volleyballworld.com/volleyball/world-ranking/women\).](https://en.volleyballworld.com/volleyball/world-ranking/women)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Материально-техническое обеспечение включает в себя: организацию условий для проведения практических занятий, наличие необходимого технического и спортивного оборудования, учебно-методический материал.

1.Мультимедийный класс: ауд. 54 (Д) СК, включающий специализированное оборудование: персональный компьютер с выходом в сеть Internet, экран, мультимедийный проектор, фотоаппарат, видеокамера.

2.Учебные аудитории: аудитория № 54 (В) СК.

3.Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

4.Спортивный комплекс РУС «ГЦОЛИФК»:

–Спортивный зал № 230 СК с 2-мя площадками 18х9 м

–Мячи: волейбольные, набивные 1 и 2 кг, малый (теннисный)

–Макеты волейбольной площадки для занятий по тактике

- Скамейка гимнастическая жесткая (длина – 2м; 4 м)
- Гантели (вес: от 0,50 до 2.70 кг)
- Резиновые амортизаторы длинные различного сопротивления
- Скакалки
- Корзины для мячей

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»
Волейбол

для обучающихся гуманитарного института 2 курса

направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности:
Спортивная реклама и PR

очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: **ТиМ волейбола**

Сроки изучения дисциплины (модуля): **3 семестр**

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Посещение учебных занятий	Весь период	27
2	Тест по специальной физической и технической подготовленности	10-13 неделя	25
3	Тест по правилам судейства	14 неделя	15
4	Практическое задание Составление положения о соревнованиях по волейболу	5-7 неделя	8
5	Судейство соревнований	8-14 неделя	5
	Зачёт		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Составление план - конспекта занятия	10
2	Просмотр соревнований сборных команд РУС «ГЦОЛИФК»	10
3	Подготовка рефератов	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

Стоимость посещения каждого учебного занятия рассчитывается как частное от деления установленной за посещение суммы баллов на количество планируемых учебных занятий. Обязательным является 60% посещений занятий, в противном случае студент не допускается к зачету.

Количество баллов в обязательных заданиях начисляется в соответствии с качеством их выполнения. В случае неудовлетворительного выполнения задания баллы не начисляются.

К зачету (экзамену) допускается студент, набравший не менее 41 баллов, имея возможность, сдав зачет на «отлично» (20 баллов для зачета), получить оценку Д по шкале ECTS.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики волейбола

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «Волейбол»

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность: **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора **2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.**

Москва – 2021 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля): «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» Волейбол составляет **54 академических часа** из которых **20 часов** занятий семинарского типа и **34 часа** самостоятельной подготовки очной формы обучения.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): [3 семестр].

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	наименование	
1	2	3
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</i>	3
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта.	3
УК-7.8.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	3
УК-7.10.	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	3

4. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость составляет 54 ак.ч., очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Общие основы волейбола	3	-	2	6		
1.1	История возникновения и развития игры в волейбол	3	-		4		
1.2	Правила игры и организация соревнований	3	-	2	2		
2	Содержание деятельности	3	-	16	20		

	волейболистов						
2.1	Физические качества и физическая подготовка	3	-	6	10		
2.2	Технико-тактическая подготовка в волейболе	3	-	10	10		
3	Особенности подготовки различного контингента волейболистов.	3	-	2	8		
3.1	Массовый волейбол	3	-	-	4		
3.2	Студенты ВУЗов и учащиеся школы	3	-	2	4		
Итого часов: 54 часов			-	20	34		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики восточных боевых искусств

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Восточные единоборства»»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022,2023,2024,2025, 2026 г.

Москва – 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики восточных боевых искусств
Протокол № 6 от «19» октября 2024г

Составитель:

Орлов Юрий Леонидович, кандидат педагогических наук, доцент, заведующий
кафедрой Теории и методики фехтования, современного пятиборья, восточных
боевых искусств РГУФКСМиТ.

1. Цель освоения дисциплины (модуля) «Восточные единоборства»

Основной целью программы дисциплины «*Восточные единоборства*» является успешное освоение учебно-практического материала, необходимого для формирования как первоначальных технико-тактических умений, так и полноценного представления о двигательной культуре восточных единоборств в целом (на примере каратэдо), необходимых для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» для осуществления деятельности в области спортивной рекламы и PR.

Дисциплина (модуль) «Восточные единоборства» реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) «Восточные единоборства» в структуре ООП (ОПОП)

Учебная дисциплина «*Восточные единоборства*» относится к базовой части основной образовательной программы (ООП) бакалавриата.

Особое место данной дисциплины в подготовке бакалавра обусловлено необходимостью формирования у выпускников активного подхода при решении задач, быстро и адекватно действовать в неожиданно возникающих ситуациях их профессиональной деятельности.

Изучение данного курса тесно связано с такими дисциплинами, как теория физической культуры и спорта, психология и педагогика, безопасность жизнедеятельности и др.

В соответствии с этим, программа дисциплины «*Восточные единоборства*» является интегрирующей, формирующей седьмую универсальную компетенцию бакалавра.

Окончательное формирование компетенций осуществляется в ходе практик и оценивается в ходе ГИА.

**3. Перечень планируемых результатов обучения дисциплине (модулю)
«Восточные единоборства», соотнесенных с планируемыми результатами
освоения ООП**

Шифр компетенции / код индикатора(ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	Наименование компетенции / наименование индикатора(ов) достижения компетенции	
1	2	3
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	4
	УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности;	
	УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;	
	УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений.	
	УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности;	
	УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	
	УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	

Перечисляются формируемые в результате изучения дисциплины (модуля) компетенции (указывается только шифр). Перечень компетенций приводится в соответствии с ФГОС, учебным планом и матрицей. Также описываются знания, умения, навыки и/или опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения ООП (ОПОП).

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Восточные единоборства»

Общая трудоемкость дисциплины составляет
–**54 академических часа**, из них: аудиторных занятий – 20 часов,
самостоятельная работа – 34 часа.

Очная форма обучения

№	Разделы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Практические занятия	Самостоятельная работа	Контроль	
	ВТОРОЙ ГОД ОБУЧЕНИЯ	4					
1	Общетеоретические сведения о восточных единоборствах, их истории, технике, тактике и методике подготовки			6	4		
2	Базовая техника восточных единоборств			6	6		
3	Тактика восточных единоборств			4	14		
4	Интегральная подготовка в восточных единоборствах			4	10		
	Итого за семестр 54 час			20	34		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) «Восточные единоборства»

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) «Восточные единоборства» (См. Приложение к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Восточные единоборства»:

Содержание зачетных требований по дисциплине для обучающихся на 2-м курсе очной формы обучения

Средства оценки теоретической подготовленности. Примерный перечень вопросов для устного ответа:

1. Характеристика каратэдо как системы рукопашного боя без оружия, вида спорта и средства физического воспитания.
2. Место каратэдо в государственной системе физического воспитания населения. Прикладное и воспитательное значение каратэдо для подготовки молодежи к труду и службе в вооруженных силах.
3. Особенности, цели и задачи традиционного, спортивного и прикладного направлений в каратэдо. Место каратэдо среди других видов восточных боевых искусств и спортивных единоборств.
4. Объективные условия деятельности каратэистов и влияние занятий каратэдо на организм занимающихся. Оздоровительный аспект в занятиях каратэдо.
5. Конфликтный характер соревновательной деятельности каратэистов.
6. Характеристика физических и психических нагрузок в спортивной деятельности каратэистов. Физические и психические качества, наиболее важные для каратэиста.
7. Характеристика мест занятий и соревнований. Экипировка, инвентарь и оборудование в традиционном и спортивном направлениях каратэдо.
8. Системы организации учебного процесса в традиционном и спортивном направлениях каратэдо.
9. Правила поведения в зале, нормы этикета, морально-этические принципы и основы мировоззрения занимающегося каратэдо.
10. Система квалификационных разрядов и званий в традиционном и спортивном направлениях каратэдо, принципы их присвоения.
11. Генезис боевых искусств, протосистемы рукопашного боя без оружия.
12. Эволюция боевых искусств Китая, их влияние на развитие каратэдо.
13. Эволюция боевых искусств Японии, их влияние на развитие каратэдо.
14. Исторические корни и социально-экономические предпосылки возникновения каратэдо на Окинаве.

15. Исторические этапы развития каратэдо как системы рукопашного боя без оружия.
16. Краткие биографии великих мастеров каратэдо XVIII – XX веков.
17. Развитие каратэдо как боевого искусства и вида спорта в Японии.
18. Характеристика ведущих школ каратэдо и их распространение в мире.
19. Этапы развития спортивного каратэ. Деятельность Всемирной федерации каратэ (WKF), Европейской федерации каратэ (EKF) и других международных организаций, развивающих различные направления и школы каратэдо. Перспективы дальнейшего развития каратэдо.
20. Зарождение и распространение каратэдо в СССР и России.
21. Участие и достижения российских каратэистов в чемпионатах мира и Европы. Деятельность федерации каратэ России и других общероссийских организаций каратэ.
22. Причины травматизма на соревнованиях и занятиях каратэдо.
23. Контроль дистанции при выполнении ударов, страховка и самостраховка при проведении бросков – основа безопасности занимающихся каратэдо в условиях проведения учебно-тренировочного процесса и соревнований.
24. Методические и организационные требования, направленные на предупреждение травм. Специальные упражнения для овладения навыками контроля дистанции – СУНДОМЭ, страховки и самостраховки.
25. Методы оказания первой до врачебной помощи.
26. Основы врачебного и педагогического контроля за состоянием здоровья занимающихся. Основные способы самоконтроля спортсмена.
27. Принципы обеспечения режима питания, двигательной активности, сна и отдыха занимающихся. Личная и общественная гигиена занимающихся каратэдо.
28. Определение понятия «терминология». Термины и их значение. Требования, предъявляемые к терминологии. Японская и русская терминология, применяемая в каратэдо.
29. Классификация терминов. Система построения терминов в каратэдо. Содержание и характеристика общих, основных и дополнительных терминов и понятий каратэдо.
30. Определение понятия «классификация». Метод классификации как результат обобщения практического опыта. Принципы построения классификации. Связь терминологии и классификации. Влияние классификации на методику обучения и тренировки в каратэдо.
31. Классификация и терминология средств традиционного каратэдо и средств спортивного каратэ.
32. Определение понятия «базовая техника каратэдо». Общая характеристика техники каратэдо и её значение для становления мастерства бойца. Рациональная техника как идеальная модель соревновательной деятельности. Удельный вес техники в ряду других сторон спортивного мастерства и их взаимосвязь. Технический арсенал каратэиста и закономерности его формирования.
33. Классификация и терминология базовой техники каратэдо.

34. Определение понятия «тактика каратэдо». Общая характеристика тактики традиционного каратэдо и спортивного каратэ. Значение тактики для становления мастерства бойца. Взаимосвязь техники и тактики. Разделы тактики. Виды тактики. Элементы тактики. Тактические приемы.

35. Классификация и терминология тактики традиционного каратэдо.

36. Классификация и терминология тактики спортивного каратэ.

37. Определение понятия «интегральная подготовка в каратэдо». Характеристика разделов интегральной подготовки в каратэдо и их значение для становления мастерства бойца. Удельный вес интегральной подготовки в ряду других сторон спортивного мастерства и их взаимосвязь.

38. Классификация и терминология средств интегральной подготовки в каратэдо.

39. Классификация и терминология средств физической подготовки в каратэдо.

40. Основы и средства дистанционного взаимодействия с противником в каратэдо. Определение понятия «Боевая дистанция». Виды боевых дистанций. Радиус эффективности ударных действий. Оперативная оценка дистанции. Чувство дистанции и его развитие. Дистанционно-целевая точность.

41. Основы и средства визуального взаимодействия с противником в каратэдо. Начальные сведения о механизме двигательной реакции. Роль зрительного анализатора в оптимальном реагировании. Простая и сложная двигательные реакции, виды сложных двигательных реакций. Технология наблюдения за противником. Виды приемов наблюдения.

42. Методы дыхания в каратэдо. Способы дыхания в бою, дыхание при выполнении ката, приемы восстановительного дыхания. Методы произвольного мышечного напряжения и расслабления в каратэдо.

43. Методы формообразования и названия ударных и блокирующих поверхностей рук и ног в каратэдо.

44. Топография человеческого тела, основные жизненно важные центры и болевые точки человеческого тела.

45. Основные задачи и начальные методы психотренинга в каратэдо.

Средства оценки практической подготовленности. Перечень типовых контрольных заданий:

КАТА:КИХОН ЁЦУХО-НО КАТА СЁДАН;

РЭН СЮХО-НО КАТА:РЭН СЮХО-НО КАТА № 1;

КУМИТЭ:ТЭЙСИКИ ИППОН КУМИТЭ – 4 зачетные формы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) «Восточные единоборства»

а) Основная литература

1. Боевые искусства и спортивные единоборства Востока и Запада: история, современность и перспективы / ред.: В.Б. Гармаев, С.К. Марьясов .— Улан-Удэ : Бурятский государственный университет, 2014 .— 184 с.
<https://lib.rucont.ru/efd/292251>

2. Литвинов, С. А. Каратэ : учебное пособие для вузов / С. А. Литвинов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 183 с.
<https://urait.ru/bcode/516922>

б) Дополнительная литература

1.. Катанский, С.А. Теория и практика восточных единоборств. В 4 кн. Кн. 1; Кн. 2; Кн. 3; Кн. 4 [комплект] : сборник / Т.Р. Касьянов; С.А. Катанский .— Москва : Советский спорт, 2013 .— 1893 с <https://lib.rucont.ru/efd/280573>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Реестр примерных основных программ Министерства образования и науки Российской Федерации - <http://fgosreestr.ru>
2. Реестр профстандартов Минтруда РФ - [http:// profstandart.rosmintrud.ru](http://profstandart.rosmintrud.ru)
3. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
5. Министерства спорта Российской Федерации - www.minsport.gov.ru/
6. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия — информационно-справочная система (garant.ru).
7. Российские спортсмены | Спортивная Россия (infosport.ru)
8. ВФСК ГТО (gto.ru)

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):
 - 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
 - 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
 - 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*

4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

1. Образовательная платформа Юрайт (urait.ru).
2. Электронная библиотечная система «Руконт» (lib.rucont.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

[Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

[Федерация каратэ России \(https://ruswkf.ru/\).](https://ruswkf.ru/)

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

[Федерация кёкусинкай России \(http://kyokushinkaraterussia.ru/\).](http://kyokushinkaraterussia.ru/)

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

[Федерация ушу России \(https://wushu-russ.ru/\).](https://wushu-russ.ru/)

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

[Союз тхэквондо России \(https://tkdrussia.ru/\).](https://tkdrussia.ru/)

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

[Федерация тхэквондо \(ИТФ\) России \(https://itf-russia.ru/\).](https://itf-russia.ru/)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

[Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Федерация каратэ России. База данных нормативных документов \(https://ruswkf.ru/federatsiya-karate-rossii/dokumenty/osnovnye-dokumenty/\).](https://ruswkf.ru/federatsiya-karate-rossii/dokumenty/osnovnye-dokumenty/)

Всемирная федерация каратэ. Международная база данных спортсменов (https://setopen.sportdata.org/wkfranking/ranking_main.php#ranking)

Общероссийская физкультурно-спортивная общественная организация Федерация кёкусинкай России. База данных нормативных документов (<http://kyokushinkaraterussia.ru/fkr/dokumentyi/>).

Международная федерация кёкусинкай. Международная база данных проведенных соревнований (<http://kyokushinkaraterussia.ru/meropriyatiya/otchetiy-o-turnirah/>).

Федерация ушу России. База данных нормативных документов (<https://wushu-russ.ru/doc>).

Международная федерация ушу. База мультимедийного материала (<http://www.iwuf.org/multimedia/>).

Союз тхэквондо (ВТФ) России. База данных нормативных документов (https://tkdrussia.ru/?page_id=4821).

Международная федерация тхэквондо. База данных нормативных документов (<http://www.worldtaekwondo.org/documents-wt/docu.html>).

Федерация тхэквондо (ИТФ) России. База данных результатов соревнований (<https://itf-russia.ru/proshedshie-sorevnovaniya/>).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1.Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

7.2.Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

7.3.Специализированный зал, оборудованный специальным покрытием (татами), снарядами и инвентарём.

7.4. Оборудование для проведения методических и самостоятельных занятий

- 7.4.1. Видеопроектор SanyoPLC-XU 58 – 2006 г.
- 7.4.2. Диктофон OLYMPUSWS-300M – 2007 г.
- 7.4.3. НоутбукAser Aspire 5100 series – 2008 г.
- 7.4.4. Принтер HP LaserJet 1320 – 2007 г.
- 7.4.5. Сканер EPSON 2480 – 2005 г.
- 7.4.6. Копировальный аппарат CanonMF 4150 – 2007 г.
- 7.4.7. Стационарный компьютер (монитор 17" Samsung 710 LCD и системный блок) – 2005 г.
- 7.4.8. Стационарный компьютер (монитор 17" Samsung 740 N и системный блок) – 2007 г.

- 7.4.9. Плеер DVDBBK – 2007 г.
- 7.4.10. Принтер HPLaserJetP2015D – 2007 г.
- 7.4.11. Телевизор LCDSonyKDL-32U2000 – 2007 г.
- 7.4.12. Монитор сердечного ритма PolarS-610.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **«Восточные единоборства»** для обучающихся института **Институт туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса**, 2 курса, направления подготовки **42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»**, профилю – **«Спортивная реклама и PR» очной формы обучения**

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: **Теории и методики фехтования, современного пятиборья, восточных боевых искусств**

Сроки изучения дисциплины (модуля): **4 семестр**

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№ п/п	Виды текущего контроля	Сроки проведения	Максим. колич-во баллов*
1	Устный опрос по темам, входящим в раздел «Общетеоретические сведения о восточных единоборствах, их истории, технике, тактике и методике подготовки»:		Всего 30
	1.Безопасность и профилактика травматизма на занятиях каратэдо	23 неделя	5
	2.Генезис восточных единоборств	25 неделя	5
	3.Основы дистанционного и визуального взаимодействия в каратэдо	31 неделя	5
	4. Сведения о каратэдо специального характера	34 неделя	5
	5. Сведения о технике, тактике и методике подготовки в каратэдо	40 неделя	5
	6. Система организации учебного процесса в каратэ	43 неделя	5
2	Контроль освоения практических навыков, входящих в раздел «Базовая техника восточных единоборств»:		Всего 20
	1. Средства обеспечения	24 неделя	5
	2.Средства нападения	25 неделя	5
	3. Средства защиты	31 неделя	5
	4. Комбинации приёмов	32 неделя	5
3	Контроль освоения практических навыков, входящих в раздел «Тактика восточных единоборств»:		Всего 10
	1. Тактика нападения	34 неделя	5
	2. Тактика обороны	36 неделя	5
4	Контроль освоения практических навыков, входящих в раздел «Интегральная подготовка в восточных единоборствах»:		Всего 15
	1.Индивидуальная интегральная подготовка	40 неделя	5
	2. Боевая интегральная подготовка	41 неделя	10
5	Рубежный контроль: зачёт	43 неделя	15
6	Посещение занятий	В течение семестра	10
Итого			100

* *примерные нормы оценки заданий в баллах на оценку «отлично»*

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов студентам, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное количество баллов
1	<i>Подготовка доклада по теме пропущенного занятия</i>	5
2	<i>Написание реферата по теме пропущенного занятия</i>	5
3	<i>Презентация по теме пропущенного занятия</i>	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

Стоимость посещения каждого учебного занятия рассчитывается как частное от деления установленной за посещение суммы баллов на количество планируемых учебных занятий. Обязательным является 60% посещений занятий, в противном случае студент не допускается к зачёту.

Количество баллов в обязательных заданиях начисляется в соответствии с качеством их выполнения согласно критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)». Максимальное количество баллов начисляется при условии выполнения задания на «отлично»; при выполнении задания на «хорошо» начисляется 80% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «удовлетворительно» начисляется 60% от максимального количества баллов. В случае неудовлетворительного выполнения задания баллы не начисляются.

К зачёту допускается студент, набравший не менее 46 баллов, имея возможность, сдав зачёт на «отлично» (15 баллов), получить оценку D по шкале ECTS.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики восточных боевых искусств

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Восточные единоборства»»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Изменения в рабочую программу дисциплины
утверждены и рекомендованы решением заседания кафедры
Теории и методики восточных боевых искусств
(наименование)

Протокол № 6 от «19» октября 2024 г.

Составитель:

Орлов Юрий Леонидович, кандидат педагогических наук, доцент, заведующий
кафедрой теории и методики фехтования, современного пятиборья, восточных
боевых искусств РГУФКСМиТ.

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет
– **54 академических часа**, из них: аудиторных занятий – 20 часов,
самостоятельная работа – 34 часа.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 4 семестр.

3. Цель освоения дисциплины

Основной целью программы дисциплины «Восточные единоборства» является успешное освоение учебно-практического материала, необходимого для формирования как первоначальных технико-тактических умений, так и полноценного представления о двигательной культуре восточных единоборств в целом (на примере каратэдо), необходимых для подготовки бакалавров по направлению Спортивная реклама и PR для осуществления деятельности в спортивной рекламе и PR.

Дисциплина (модуль) «Восточные единоборства» реализуется на русском языке.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «Восточные единоборства».

Шифр компетенции / код индикатора(ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	Наименование компетенции / наименование индикатора(ов) достижения компетенции	
1	2	3
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	4
	УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности;	
	УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;	
	УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений.	
	УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности;	
	УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	
	УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	

Перечисляются формируемые в результате изучения дисциплины (модуля) компетенции (указывается только шифр). Перечень компетенций приводится в соответствии с ФГОС, учебным планом и матрицей. Также описываются знания, умения, навыки и/или опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения ООП (ОПОП).

5. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Восточные единоборства»

Общая трудоемкость дисциплины составляет
–54 академических часа, из них: аудиторных занятий – 20 часов,
 самостоятельная работа – 34 часа.

Очная форма обучения

№	Разделы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Практические занятия	Самостоятельная работа	Контроль	
	ВТОРОЙ ГОД ОБУЧЕНИЯ	4					
1	Общетеоретические сведения о восточных единоборствах, их истории, технике, тактике и методике подготовки			6	4		
2	Базовая техника восточных единоборств			6	6		
3	Тактика восточных единоборств			4	14		
4	Интегральная подготовка в восточных единоборствах			4	10		
	Итого за семестр 54 час			20	34		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики гандбола

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)
«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «Гандбол»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022,2023,2024,2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики гандбола
Протокол №4 от «16» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики гандбола
Протокол № ____ от «____» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики гандбола
Протокол № ____ от «____» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики гандбола
Протокол № ____ от «____» _____ 20__ г.

Составитель:

Жийяр Марина Владимировна, д.п.н., доцент., зав. кафедрой ТиМ гандбола
Обивалина Мария Сергеевна, ст. преподаватель кафедры ТиМ гандбола
Чигарев Николай Николаевич, ст. преподаватель кафедры ТиМ гандбола

1. Цель освоения дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» (модуль - гандбол): обеспечить формирование у студентов навыков организации и проведения занятий по гандболу и поддержание физической формы. Данная дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» (модуль – гандбол) в структуре основной образовательной программы (ООП) бакалавриата

Модуль «Гандбол» учебной дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» относится к блоку дисциплин по выбору вариативной части основной образовательной программы (ООП) бакалавриата. Особое место данной дисциплины в подготовке бакалавра, обусловлено необходимостью формирования у выпускников практических навыков, необходимых при решении сложных задач в различных ситуациях их спортивно-педагогической деятельности в сфере физической культуры и спорта.

Исходный уровень для освоения дисциплины определяется сформированными двигательными умениями и навыками и при изучении практических дисциплин – гимнастика, легкая атлетика. Итоговая оценка сформированности компетенций осуществляется сдачей практического зачета.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту»	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	(модуль - гандбол)	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</i>	2		
УК-7.1.	Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности	2		
УК-7.2.	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря	2		
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта	2		
УК-7.5.	Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений	2		
УК-7.6.	Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности	2		
УК-7.7.	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности	2		

УК-7.8.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений	2		
УК-7.9.	Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности	2		
УК-7.10.	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	2		

4. Структура и содержание дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту (модуль – гандбол)»

4.1 Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 54 ак.час.

№	Разделы дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» (модуль – гандбол)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Практические занятия	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Общие основы гандбола	2	2	2		
1.1	Правила безопасности при выполнении физических упражнений. Правила эксплуатации спортивного инвентаря	2	2	2		
2.	Содержание игровой деятельности в гандболе	2	8	10		
2.1	Основы правил игры	2	2			
2.2	Техника двигательных действий базовых видов спорта - гандбол	2	2			
2.3.	Основы тактики игры в гандбол	2	2			
	Физическая подготовка гандболиста	2	2			
3.	Формирование практических навыков педагогического мастерства	2	8	14		
3.1.	Методика обучения технике гандбола	2	2	4		
3.2.	Методика обучения тактике гандбола	2	2	4		
3.3.	Методика физической подготовки гандболиста	2	2	4		

3.4.	Формирование практических навыков контроля и самооценки уровня физической подготовленности	2	2	2		
4.	Формирование методических навыков педагогического мастерства	2	2	8		
4.1	Составление комплекса упражнений оздоровительной, общефизической и технико-тактической направленности на материале средств гандбола	2	2	8		
	Всего: 54 часа		20	34		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту (модуль - гандбол)».

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту (модуль - гандбол)»

5.2.1. Содержание зачетных требований для студентов во 2 семестре очной формы обучения:

Вопросы для устного ответа:

1. Возникновение и развитие гандбола как олимпийского вида спорта.
2. Успехи российских гандболистов на Олимпийских играх и Чемпионатах мира (краткий экскурс).
3. ИГФ, ЕГФ и ФГР – органы управления развитием гандбола в мире и в России.
4. Основные правила игры в гандбол.
5. Гандбол как средство физического воспитания школьников.
6. Классификация техники игры в защите и нападении.

7. Основы методики обучения технике игры.
8. Классификация тактики игры в защите и нападении.
9. Методика обучения тактике игры.
10. Особенности амплуа вратарь в гандболе и основы тренировки.
11. Оборудование и инвентарь гандбольного зала
12. Упражнения и подвижные игры с мячом, включающие элементы игры в гандбол.
13. Методика построения занятий по гандболу, обеспечивающая предотвращение травматизма занимающихся.
14. Влияние систематических занятий гандболом на организм занимающихся.
15. Воспитывающее воздействие занятий гандболом на личностные качества и характер занимающихся.
16. Гандбол как одна из форм team-building .

Вопросы по правилам игры:

1. Характеристика игры. Цель команд и определение победителя.
2. Игровая площадка. Размеры и разметка.
3. Игроки команд. Количественный состав команд.
4. Права и обязанности капитана команды.
5. Игровая форма и экипировка гандболиста.
6. Игровое время, периоды и дополнительные периоды.
7. Заброшенный мяч: когда он считается заброшенным и его цена.
8. Правила замены игроков.
9. Нарушения: Игрок или мяч за пределами площадки.
10. Ведение мяча, неправильное ведение мяча.
11. Нарушение правил: пробежка.
12. Нарушение правил: 3 секунды.
13. «Пассивная игра» - как оценивается и что значит.
14. Нарушение правил: «Приземление».
15. Правила выполнения 7-метрового штрафного броска.
16. «Угловой бросок» - в каких случаях назначается и правила выполнения.
17. 9-метровый свободный бросок: в каких случаях назначается и правила выполнения.
18. Правила введения мяча после нарушения игроками команды соперника.
19. Размеры и вес мяча для гандболистов разного возраста и пола.

20. Удаление игрока – 2-минутное, красная и голубая карточка.

5.2.2. Содержание зачетных требований для студентов во 2 семестре очной формы обучения:

1. История развития игры и ее популяризации на территории России
2. Основы методики обучения основным техническим элементам
3. Характеристика изменений в Правилах соревнований по гандболу
4. Система и календарь соревнований в гандболе.
5. Травматизм на занятиях по гандболу и оказание первой доврачебной помощи.
6. Классификация техники игры в гандбол в нападении.
7. Классификация техники игры в гандбол в защите.
8. Тактика игры в нападении в гандболе.
9. Тактика игры в защите в гандболе.
10. Структура соревновательной деятельности в гандболе.
11. Содержание соревновательной деятельности в гандболе.
12. Основы методики обучения технике ведения мяча.
13. Основы методики обучения обманным движениям.
14. Основы методики обучения передачам мяча.
15. Основы методики обучения броскам в безопорном положении.
16. Основы методики обучения броскам в падении.
17. Основы методики обучения броскам, выполняемым в опорном положении.
18. Порядок подготовки конспекта занятия по гандболу.
19. Особенности методики обучения на этапе начального разучивания.
20. Особенности методики обучения на этапе углубленного разучивания технических приемов игры.
21. Особенности методики обучения техническим приемам на этапе закрепления.
22. Особенности методики обучения техническим приемам на этапе совершенствования.

23. Контроль физической подготовленности занимающихся.

24. Способы контроля технической подготовленности занимающихся.

ЗАЧЕТНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО ПРАКТИЧЕСКОМУ МАТЕРИАЛУ:

Очная форма обучения

- уметь показать практические элементы техники (по заданию преподавателя);

- уметь применять технические элементы в игре;
- уметь вести протоколы соревнований и иметь навыки судейства;
- выполнять требования практического материала.

1. Ведение мяча 30 м:

мужчины: правой рукой – 5,1 сек.

женщины: правой рукой – 5,3 сек.

2. Демонстрация техники выполнения бросков.

3. Броски в ворота на точность с 9 м:

мужчины: из 12 бросков – 6 попаданий.

женщины: из 12 бросков – 5 попаданий.

4. Броски мяча на дальность:

мужчины – 30 м, женщины - 20 м.

5. Демонстрация техники выполнения финтов.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. История возникновения гандбола.

2. Современные правила гандбола и их эволюция.

3. Система и календарь соревнований в гандболе.

4. Травматизм на занятиях по гандболу и оказание первой доврачебной помощи.

5. Классификация техники игры в гандбол.

6. Тактика игры в нападении в гандболе.

7. Тактика игры в защите в гандболе.

8. Структура соревновательной деятельности в гандболе.

9. Содержание соревновательной деятельности в гандболе.
10. Методика обучения технике ведения мяча.
11. Методика обучения обманным движениям.
12. Методика обучения передачам мяча.
13. Методика обучения броскам в безопорном положении.
14. Методика обучения броскам в падении.
15. Методика обучения броскам, выполняемым в опорном положении.

**6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
«Элективные курсы по физической культуре и спорту» (модуль - гандбол)»**

а) а) Основная литература:

1. Гандбол : учеб. пособие / В.Ф. Кириченко, А.А. Гераськин, Б.П. Сокур, О.В. Юрина; Сиб. гос. ун-т физ. культуры и спорта .— Омск : Изд-во СибГУФК, 2014 .— 164 с.
Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/640922>

2. Игнатьева, В.Я. Средства подготовки игроков в гандбол : учеб. пособие для преподавателей общеобразоват. школ, колледжей, вузов, тренеров ДЮСШ / А.В. Игнатьев, А.А. Игнатьев; В.Я. Игнатьева .— Москва: Спорт, 2015 . — 161 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/641321>

б) Дополнительная литература:

3. Игнатьева, В.Я. Теория и методика гандбола : учебник / В.Я. Игнатьева .— Москва : Спорт, 2016 .— 329 с. Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/641321/info>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru/>.

2. Реестр примерных основных программ Министерства образования и науки Российской Федерации <http://fgosreestr.ru/>.

3. Реестр профстандартов Минтруда РФ <http://profstandart.rosmintrud.ru/>.

4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>.

5. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия <http://www.garant.ru/>.

8. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ www.rsl.ru

– программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного

документа Adobe Acrobat Reader DC;

4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– *современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

1. *Национальный цифровой ресурс «Рукопт» ЭБС www.rucont.ru*

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

1. [Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

2. [Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

3. [Федерация гандбола России \(https://rushandball.ru/\).](https://rushandball.ru/)

4. [Международная федерация гандбола \(https://www.ihf.info/\).](https://www.ihf.info/)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

1. [Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

2. [Федерация гандбола России. База данных нормативных документов \(https://rushandball.ru/federation/documents\).](https://rushandball.ru/federation/documents)

3. [Международная федерация гандбола. База данных национальных федераций \(https://www.ihf.info/federations\).](https://www.ihf.info/federations)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.

7.2. Специализированный зал (модуль).

7.3. Оборудование для проведения методических и самостоятельных занятий

7.3.1. Видеопроектор Sanyo PLC-XU 58 – 2006 г.

7.3.2. Диктофон OLYMPUS WS-300M – 2007 г.

7.3.3. Ноутбук Aser Aspire 5100 series – 2008 г.

7.3.4. Принтер HP LaserJet 1320 – 2007 г.

7.3.5. Сканер EPSON 2480 – 2005 г.

7.3.6. Копировальный аппарат Canon MF 4150 – 2007 г.

7.3.7. Стационарный компьютер (монитор 17" Samsung 710 LCD и системный блок) – 2005 г.

7.3.8. Стационарный компьютер (монитор 17" Samsung 740 N и системный блок) – 2007 г.

7.3.9. Плеер DVD BBK – 2007 г.

7.3.10. Принтер HP LaserJet P2015D – 2007 г.

7.3.11. Телевизор LCD Sony KDL-32U2000 – 2007 г.

7.3.12. Монитор сердечного ритма Polar S-610.

7.6. Спортивный инвентарь

- Гандбольные мячи (мужской размер) – 40 штук;
- Гандбольные мячи (женский размер) – 30 штук;
- Гантели виниловые – 10 штук;
- Медицинболы 1 кг – 5 штук;
- Набивные мячи – 30 штук;
- Скакалки – 30 штук
- Степ-платформы – 12 штук
- Мини-барьеры – 12 штук.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту» (модуль - гандбол) для обучающихся института спорта и физического воспитания 1 курса направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю Спортивная реклама и PR очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Теории и методики гандбола
Сроки изучения дисциплины (модуля): 2 семестр.
Форма промежуточной аттестации: *зачет*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Виды текущего контроля	Максимальное количество Баллов
1	Посещение занятий	10
2	Контроль освоения практических навыков: 1. Педагогические умения и навыки проведения подготовительной части занятий по гандболу 2. Инвентарь для занятий по гандболу и техника безопасности при проведении занятий 3. Профессионально-педагогические навыки проведения комплексов упражнений общефизической направленности 4. Составление комплекса упражнений по общей физической подготовке гандболистов. 5. Демонстрация жестов судейства соревнований в качестве судей по гандболу 6. Педагогические умения и навыки проведения основной и заключительной частей занятий по гандболу 7. Профессионально-педагогические навыки проведения комплексов упражнений по специальной физической подготовке гандболистов. 8. Занятие по анализу тактики игры в защите (нападении) в гандболе. 9. Методики обучения техническим приемам игры в гандбол. 10. Демонстрация техники игры в нападении (защите). 11. Демонстрация навыков судейства соревнований в качестве судей по гандболу в двусторонней игре	4 4 6 6 4 6 6 6 6 6 6
3	Реферат	15
4	Сдача зачета (рубежный контроль)	15
	Всего:	100

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	<i>Подготовка доклада по теме пропущенного занятия</i>	5
2	<i>Написание реферата по теме пропущенного занятия</i>	5
3	<i>Презентация по теме пропущенного занятия</i>	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

Стоимость посещения каждого учебного занятия рассчитывается как частное от деления установленной за посещение суммы баллов на количество планируемых учебных занятий. Обязательным является 60% посещений занятий, в противном случае студент не допускается к зачету

Количество баллов в обязательных заданиях начисляется в соответствии с качеством их выполнения. В случае неудовлетворительного выполнения задания баллы не начисляются.

К зачету допускается студент, набравший не менее 46 баллов, имея возможность, сдав зачет на «отлично» (15 баллов), получить оценку D по шкале ECTS.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Незачет		Зачет			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики гандбола

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «Гандбол»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 1,5 зачетных единицы.
2. **Семестр освоения дисциплины (модуля):** 2.
3. **Цель освоения дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» (модуль - гандбол):** обеспечить формирование у студентов навыков организации и проведения тренировочных занятий по гандболу и поддержание своей физической формы. Данная дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине «Элективные курсы по физической культуре и спорту»	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	(модуль - гандбол)	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</i>	2		
УК-7.1.	Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности	2		
УК-7.2.	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря	2		
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта	2		
УК-7.5.	Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений	2		
УК-7.6.	Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности	2		
УК-7.7.	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности	2		
УК-7.8.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений	2		
УК-7.9.	Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности	2		
УК-7.10.	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	2		

5. Краткое содержание дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту (модуль – гандбол)»

5.1. Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 54 ак.час.

№	Разделы дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» (модуль – гандбол)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Практические занятия	Самостоятель ная работа	Контроль	
1.	Общие основы гандбола	2	2	2		
1.1	Правила безопасности при выполнении физических упражнений. Правила эксплуатации спортивного инвентаря	2	2	2		
2.	Содержание игровой деятельности в гандболе	2	8	10		
2.1	Основы правил игры	2	2			
2.2	Техника двигательных действий базовых видов спорта - гандбол	2	2			
2.3.	Основы тактики игры в гандбол	2	2			
	Физическая подготовка гандболиста	2	2			
3.	Формирование практических навыков педагогического мастерства	2	8	14		
3.1.	Методика обучения технике гандбола	2	2	4		
3.2.	Методика обучения тактике гандбола	2	2	4		
3.3.	Методика физической подготовки гандболиста	2	2	4		
3.4.	Формирование практических навыков контроля и самооценки уровня физической подготовленности	2	2	2		
4.	Формирование методических навыков педагогического мастерства	2	2	8		
4.1	Составление комплекса упражнений оздоровительной, общефизической и технико-тактической направленности на материале средств гандбола	2	2	8		
	Всего: 54 часа		20	34		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»

Тренерский факультет

Кафедра теории и методики гимнастики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «ГИМНАСТИКА»

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленности (профиль):

Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025 г.

Москва – 2021г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 2 от «8» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
теории и методики гимнастики
Протокол № 02 от «7» сентября 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
теории и методики гимнастики
Протокол № 02 от «6» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
теории и методики гимнастики
Протокол № 02 от «4» сентября 2024 г.

Составители:

Михалина Г.М., к.п.н., доцент, доцент кафедры ТиМ гимнастики ФГБОУ ВО
РГУФКСМиТ.

Попов Ю.А., к.п.н., доцент, доцент кафедры ТиМ гимнастики ФГБОУ ВО
РГУФКСМиТ.

1.Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «ГИМНАСТИКА» является: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств гимнастики для сохранения и упрочения здоровья, оптимизации физического развития, повышения уровня физической подготовленности и подготовки к профессиональной деятельности.

Данная дисциплина реализуется на русском языке.

2.Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина (модуль) «Б1.В.ДВ.02.01 ГИМНАСТИКА», являясь важнейшим компонентом физической культуры и культуры личности, тесно связана с курсами гуманитарного и естественнонаучного цикла, поскольку ориентирован на познание той части культуры, которая является специфическим фактором совершенствования природных (естественных) качеств и способностей человека, оптимизации его физического состояния, физического развития и здоровья в целом.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	1	
УК-7.1.	Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности;		
УК-7.2.	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря;		
УК-7.3.	Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников;		
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;		
УК-7.5.	Знает правила безопасности при выполнении		

УК-7.6.	физических упражнений.		
УК-7.7.	Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности;		
УК-7.8.	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности;		
УК-7.9.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.		
УК-7.10.	Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности;		
	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.		

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **54 ак.ч.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Гимнастическая терминология	I		2	4		
2	Строевые упражнения	I		2	4		
3	Разновидности передвижений	I		2	4		
4	Комплексы общеразвивающих упражнений (ОРУ)	I		2	4		
5	Вольные упражнения	I		2	4		
6	Акробатические упражнения	I		2	2		
7	Гимнастические и опорные	I		2			

	прыжки						
8	Упражнения общей и специальной физической подготовки	I		2	4		
9	Тестирование уровня физ.подготовленности студентов (начальное и итоговое)	I		4	2		
10	Средства гимнастики для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	I			4		
				20	34		Зачет
Итого часов:				54			

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Примерные темы рефератов

1. Гимнастика как средство оздоровления и рекреации населения.
2. Спортивные виды гимнастики.
3. Оздоровительные виды гимнастики и их разновидности.
4. История создания и основы терминологии гимнастических упражнений.
5. История развития гимнастики в России с начала XX века и до настоящего времени.
6. Методические особенности гимнастических упражнений.
7. Упражнения видов мужского гимнастического многоборья.
8. Упражнения видов женского гимнастического многоборья.
9. Основы методики обучения гимнастическим упражнениям.
10. Обеспечение безопасности на занятиях гимнастикой.

11.Педагогическая технология составления комплексов общеразвивающих упражнений.

12.Формирование осанки, профилактика плоскостопия и укрепление сводов стопы с помощью гимнастических упражнений.

13.Использование гимнастических упражнений для развития силовых способностей.

14.Развитие двигательно-координационных способностей на занятиях гимнастикой.

15.Развитие гибкости с помощью гимнастических упражнений.

16.Развитие выносливости на занятиях гимнастикой.

17.Особенности занятий гимнастикой с детьми дошкольного возраста.

18.Особенности занятий гимнастикой с детьми младшего и среднего школьного возраста.

19.Особенности занятий гимнастикой с подростками старшего школьного возраста.

20.Методика составления и содержание индивидуального комплекса утренней гигиенической гимнастики.

21.Оказание первой помощи пострадавшим в ЧС и экстремальных ситуациях.

22. Методы физического воспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья, обеспечивающих активную профессиональную деятельность.

Вопросы для тестирования знаний по теоретическим основам гимнастики

1.Охарактеризуйте строевые упражнения как одно из средств гимнастики.

2.Дайте характеристику общеразвивающим упражнениям и раскройте методику составления комплексов общеразвивающих упражнений.

3.Кратко охарактеризуйте упражнения в висах и упорах на гимнастических снарядах.

4.Классифицируйте и дайте общую характеристику гимнастическим прыжкам.

5.Охарактеризуйте акробатические упражнения как одно из средств гимнастики.

6.Раскройте суть прикладных упражнений, используемых на занятиях гимнастикой.

7.Перечислите основные разновидности передвижений и их роль в уроке гимнастики.

8.Музыкально-ритмические упражнения и особенности подбора музыкального сопровождения для их организации.

9.Дайте характеристику видов гимнастики оздоровительной направленности.

10.Дайте характеристику видов гимнастики образовательно-развивающей направленности.

11.Раскройте содержание и методику составления комплекса утренней гигиенической гимнастики.

12.Перечислите и опишите двигательные задания, с помощью которых может осуществляться контроль физической подготовленности занимающихся на занятиях гимнастикой.

13.Кратко охарактеризуйте требования, предъявляемые к гимнастической терминологии.

14.Назовите основные термины общеразвивающих упражнений.

15.Назовите основные термины упражнений на гимнастических снарядах и приведите примеры.

16.Охарактеризуйте способы обучения общеразвивающим упражнениям (показ, рассказ, «по разделению»).

17.Приемы и способы страховки и самостраховки, используемые при выполнении гимнастических упражнений.

18.Перечислите и охарактеризуйте нормы и правила безопасного проведения занятий физическими упражнениями.

19.Назовите упражнения, направленные на формирование правильной осанки и использующиеся в занятиях гимнастикой.

20. Назовите упражнения, направленные на укрепление сводов стопы и профилактику плоскостопия и используемые в занятиях гимнастикой.

21. Перечислите виды упражнений для развития двигательных координационных способностей занимающихся, используемые в занятиях гимнастикой.

22. Опишите технику и раскройте методику обучения кувырку вперед.

23. Опишите технику и раскройте методику обучения кувырку назад.

24. Опишите технику и раскройте методику обучения стойке на лопатках.

25. Опишите технику и раскройте методику обучения стойке на руках.

26. Опишите технику и раскройте методику обучения перевороту в сторону.

27. Опишите технику и раскройте методику обучения прыжку согнув ноги через гимнастического козла.

28. Опишите технику и раскройте методику обучения прыжку ноги врозь через гимнастического козла.

29. Раскройте методику обучения упражнениям в лазании по гимнастической стенке и вертикальному канату.

30. Дайте характеристику маховым гимнастическим упражнениям, приведя примеры упражнений на гимнастических снарядах.

31. Перечислите и раскройте основные требования к предупреждению травматизма на занятиях гимнастикой.

32. Упражнения, используемые для развития силовых, скоростно-силовых способностей, занимающихся гимнастикой и их особенности.

33. Упражнения, используемые для развития общей гибкости на занятиях гимнастикой.

34. Гимнастические упражнения и двигательные задания, используемые для развития двигательных координационных способностей.

35. Упражнения, используемые для развития общей выносливости на занятиях гимнастикой.

36. Методы физического воспитания для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья, обеспечивающих активную профессиональную деятельность.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1.Алаева, Л.С. Гимнастика: общеразвивающие упражнения: учебное пособие / Л.С.Алаева, К.Г.Клецов, Т.И.Зябрева; Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, Кафедра теории и методики гимнастики и режиссуры. – Омск: Издательство СибГУФК, 2017. – 72 с.
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483271>

2. Лагутин А.Б. Гимнастика в вопросах и ответах: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 050720.65 «Физ.культура и спорт», 032102 – «Физ.культура для лиц с отклонениями в состоянии здоровья» (адапт. физ. культура): рек. УМО по образованию в обл.физ.культуры и спорта / А.Б. Лагутин, Г.М. Михалина. – М.: Физ.культура, 2010. – 128с.: ил.
<http://lib.sportedu.ru/BiblCard.idc?DocID=187453&DocQuerID=11082345&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

3. Лебедихина, Т. М. Гимнастика: теория и методика преподавания: учебное пособие / Т. М. Лебедихина; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2017. – 114 с.: ил.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=695481

4. Тихонов, В. Н. Гимнастика как базовая основа физкультурно-спортивной деятельности учебно-методическое пособие / В. Н. Тихонов. - Малаховка: МГАФК, 2012. - 320 с. <https://lib.rucont.ru/efd/772168>

б) Дополнительная литература:

1. Козлов, В.В. Акробатика для всех [Электронный ресурс]: лекция по теории и методике спортивной акробатики/В.В. Козлов.—М.: РГУФКСМиТ, 2017 .— 39 с. — Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/637420>

2. Лекции по гимнастике для студентов дневного и заочного отделения РГУФКСМиТ/ А.Б. Лагутин, Ю.К. Гавердовский, – М.: Физическая культура, 2011.

<http://lib.sportedu.ru/BiblCard.idc?DocID=245121&DocQuerID=11082394&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

3. Менхин, А.В. Рекреативно-оздоровительная гимнастика [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.В. Менхин .- М.: Физическая культура, 2007. - 160 с.

<https://rucont.ru/efd/286735>

4. Поздеева, Е.А. Средства гимнастики: строевые, общеразвивающие и прикладные упражнения: / Е.А. Поздеева, Л.С. Алаева; Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, Кафедра теории и методики гимнастики и режиссуры. – Омск: Издательство СибГУФК, 2017. – 100 с.: ил.

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483425>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - <https://fgosvo.ru/>

2. Реестр примерных основных программ Министерства образования и науки Российской Федерации - <http://fgosreestr.ru>

3. Реестр профстандартов Минтруда РФ - [http:// profstandart.rosmintrud.ru](http://profstandart.rosmintrud.ru)

4. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>

5. Министерства спорта Российской Федерации - www.minsport.gov.ru/

7. Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) <https://www.gto.ru/> - сайт

1) Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система (garant.ru).

2) Российские спортсмены | Спортивная Россия (infosport.ru)

3) Издательский дом «Первое сентября» <https://spo.1sept.ru/>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины(модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows 10;

2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;

3. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;

4. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

– Электронные библиотечные системы:

1. Национальный цифровой ресурс «Рукопт» ЭБС www.rucont.ru.

2. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru.

3. Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту (lib.gtsolifk.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

Официальное опубликование правовых актов
<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202212190107?ysclid=lrt1p1m8m4724632908>

[Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)

Федерация спортивной гимнастики России
(<https://sportgymrus.ru/>)

Международная федерация спортивной гимнастики
(<https://www.gymnastics.sport/site/>)

Федерация воздушно-силовой атлетики (воркаут) России
(<https://rapaf.ru/>)

Федерация спортивной акробатики России
(<https://www.acrobatica-russia.ru/>)

Международная федерация спортивной акробатики
(<https://www.gymnastics.sport/site/discipline.php?disc=10>)

Федерация прыжков на батуте России
(<https://www.trampoline.ru/>)

Международная федерация прыжков на батуте
(<https://www.gymnastics.sport/site/discipline.php?disc=5>)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

[Информационный портал «Информо» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru)

Федерация спортивной гимнастики России
База данных нормативных документов
(<https://sportgymrus.ru/o-federatsii/ofitsial-ny-e-dokumenty.html>)

Федерация воздушно-силовой атлетики (воркаут) России
База данных нормативных документов
(<https://rapaf.ru/oficialnye-dokumenty/>)

Федерация спортивной акробатики России
База данных нормативных документов
(<https://www.acrobatica-russia.ru/dokumenty/>)

Федерация прыжков на батуте России
База данных нормативных документов
(<https://www.trampoline.ru/documents/>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

-стандартные гимнастические снаряды – гимнастический ковер, перекладина, брусья параллельные и разновысокие, гимнастическое бревно; гимнастический козел;

-гимнастические снаряды массового типа – не менее 10 пролетов гимнастической стенки, 4-6 гимнастических скамеек;

-комплект мелкого гимнастического инвентаря на группу стандартной наполняемости: скакалки (короткие и длинная), палки, мячи;

-мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия);

-учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «ГИМНАСТИКА»

для обучающихся Гуманитарного института 1 курса

направление подготовки

42.03.01. Реклама и связи с общественностью в сфере ФКиС

Направленности (профиля):

Спортивная реклама и PR

очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: теории и методики гимнастики.

Сроки изучения дисциплины (модуля): I семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачёт*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Тест по теме: «Гимнастическая терминология»	4 неделя	10
2	Выполнение практического задания по разделу: «Вольные упражнения»	5 неделя	10
3	Выполнение практического задания по разделу: «Строевые упражнения»	3 неделя	10
4	Выполнение практического задания по разделу: «Педагогическая технология составления и проведения комплексов упражнений образовательно-развивающей и гигиенической направленности».	7-10 недели	10
5	Выполнение практического задания по разделу: «Акробатические упражнения»	8 неделя	10
6	Выполнение практического задания по разделу: «Опорные прыжки»	6 неделя	10
7	Написание реферата по теме: «Средства гимнастики для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности»	в течение семестра	10

8	Тестирование уровня физической подготовленности студентов (начальное и итоговое)	1 и 9 недели	10
9	Зачет		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа по разделу: «Методика обучения гимнастическим упражнениям»	15
2	Дополнительное тестирование по теме/модулю (Гимнастическая терминология)	15
3	Написание реферата по теме «Упражнения на видах мужского гимнастического многоборья»	15
4	Написание реферата по теме Упражнения на видах женского гимнастического многоборья	15
5	Написание развернутого конспекта по теме: Проведение урока гимнастики в общеобразовательной школе	20

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

Стоимость посещения каждого учебного занятия рассчитывается как частное от деления установленной за посещение суммы баллов на количество планируемых учебных занятий. Обязательным является 60% посещений занятий, в противном случае студент не допускается к зачету.

Количество баллов в обязательных заданиях начисляется в соответствии с качеством их выполнения. В случае неудовлетворительного выполнения задания баллы не начисляются.

К зачету допускается студент, набравший не менее 41 балла, имея возможность, сдав зачет на «отлично» (20 баллов), получить оценку D по шкале ECTS.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

**Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего
контроля успеваемости**

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра Теории и методики гимнастики

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «ГИМНАСТИКА»

\
Направления подготовки/специальности:

42.03.01. Реклама и связи с общественностью в сфере ФКиС

Направленности (профиль):

Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54
академических часа, 1,5 зачетных единицы.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): I семестр

3.Цель освоения дисциплины (модуля): формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств гимнастики для сохранения и упрочения здоровья, оптимизации физического развития, повышения уровня физической подготовленности и подготовки к профессиональной деятельности.

Данная дисциплина реализуется на русском языке.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	1	
УК-7.1.	Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности;		
УК-7.2.	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря;		
УК-7.3.	Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников;		
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;		
УК-7.5.	Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений.		
УК-7.6.	Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности;		
УК-7.7.	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности;		
УК-7.8.			

УК-7.9.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.		
УК-7.10.	Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности; Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.		

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **54 ак.ч.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Гимнастическая терминология	I		2	4		
2	Строевые упражнения	I		2	4		
3	Разновидности передвижений	I		2	4		
4	Комплексы общеразвивающих упражнений (ОРУ)	I		2	4		
5	Вольные упражнения	I		2	4		
6	Акробатические упражнения	I		2	2		
7	Гимнастические и опорные прыжки	I		2			
8	Упражнения общей и специальной физической подготовки	I		2	4		
9	Тестирование уровня физ.подготовленности	I		4	2		

	студентов (начальное и итоговое)						
10	Средства гимнастики для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	I			4		
				20	34		Зачет
Итого часов:				54			

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики единоборств

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорта «ЕДИНОБОРСТВА»**

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022,2023,2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Оценочные средства обновлены
на основании решения заседания кафедры
ТиМ единоборств
Протокол № 24 от «25» июня 2024 г

Составители:

Жуков Юрий Юрьевич- заведующий кафедры ТиМ единоборств;
Дмитриев Роман Михайлович – доцент кафедры ТиМ единоборств;
Гаркин Николай Владимирович – доцент кафедры ТиМ единоборств.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля)

«Единоборства»составляет 54 часа на очной форме обучения

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля) – 3 семестр

3. Цель освоения дисциплины (модуля) «Единоборства»:успешное освоение учебно-практического материала, необходимого для формирования как первоначальных технико-тактических умений, так и полноценного представления о двигательной культуре единоборств. Дисциплина реализуется на русском языке.

4.Перечень планируемых результатов обучения:

УК-7 – способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-7	7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий в единоборствах.
	7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.
	7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов единоборствна уровне выполнения контрольных нормативов

5. Содержание дисциплины (модуля) «Единоборства».

Очная форма обучения

Общая трудоемкость 54 ак.ч.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Единоборства как составная часть физического воспитания в России. Классификация видов единоборств.	3		2	2		
2	Базовая техника в видах единоборств.	3		10	16		
3	Основы тактики единоборств.	3		6	12		
4	Правовые основы в единоборствах	3		2	4		
Итого часов: 54				20	34		зачет

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

6.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Контрольные вопросы к зачёту для студентов очной формы обучения:

1. Классификация видов единоборств.
2. Правила ведения схваток и боев в одном из видов единоборств.
3. Различия в технике и тактике единоборств с оружием и без него.
4. Личностные качества единоборца.
5. Состав базовых действий.
6. Состав ложных действий.
7. Формирование личностных качеств в сочетании с волевыми усилиями.

8. Использование конкретных замыслов противника для подбора средств противодействия.
9. Единоборства в олимпийской программе (от панкратиона до современных олимпиад).
10. Нормативно-правовые документы развития единоборств в РФ.
11. Государственные и общественные организации, отвечающие за развитие единоборств в РФ.

Учет успеваемости студентов ведется в форме текущих зачетов по пройденным темам, а также зачетов сроки, предусмотренные учебным планом. Зачет выставляется за знание пройденных разделов теоретического курса, овладение техникой и сдачу нормативов текущего контроля (согласно Информационной справке по дисциплине).

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Степанов, С.В. Единоборства как средство развития личности : учебник / Е.В. Головихин; С.В. Степанов .— Москва : Советский спорт, 2020 .— 653 с. : ил. <https://lib.rucont.ru/efd/744410/info>
2. Катанский, С.А. Теория и практика восточных единоборств. В 4 кн. Кн. 1; Кн. 2; Кн. 3; Кн. 4 [комплект] : сборник / Т.Р. Касьянов; С.А. Катанский .— Москва : Советский спорт, 2013 .— 1893 с. : ил. <https://lib.rucont.ru/efd/280573/info>

б) дополнительная литература:

1. Теоретические и практические основы некоторых видов единоборств в системе физического воспитания студентов вузов государственной службы: методические рекомендации по курсу «Физическая культура» : учебное пособие : [16+] / А. Г. Вернер, М. В. Герасимов, Т. В. Голушко [и др.] ; Российская академия народного хозяйства и

государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2021. – 220 с. - <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685881>

2. Дзюдо : программа / А.О. Акопян, В.В. Кащавцев, Т.П. Клименко .— Москва : Советский спорт, 2008 .— 49 с.- <https://lib.rucont.ru/efd/293663>

3. Тайский бокс : учеб. пособие для высш. учеб. заведений физ. культуры / ред.: С.И. Заяшников, О.А. Терехов .— Москва : Олимпия Пресс, 2006 .— 193 с. Алхасов, Д.С. - <https://lib.rucont.ru/efd/641314>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Реестр примерных основных программ Министерства образования и науки Российской Федерации - <http://fgosreestr.ru>

2. Реестр профстандартов Минтруда РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru>

3. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>

5. Министерства спорта Российской Федерации - www.minsport.gov.ru/

8. Сайт федерации дзюдо России - www.judo.ru

9. Сайт Федерации спортивной борьбы России - www.wrestrus.ru

10. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – [информационно-справочная система \(garant.ru\)](http://www.garant.ru).

11. [Российские спортсмены | Спортивная Россия \(infosport.ru\)](http://infosport.ru)

12. Спортивная и национальная борьба народов СССР - <http://ussrwrestling.narod.ru>

13. ВФСК ГТО (gto.ru)

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины(модуля):

- 1) *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
 - 2) *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
 - 3) *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
 - 4) *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*
- современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

– Электронные библиотечные системы:

- «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
- Национальный цифровой ресурс «Рукопонт» ЭБС www.rucont.ru

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

[Всероссийская федерация самбо \(https://sambo.ru/\).](https://sambo.ru/)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Всероссийская федерация самбо. База данных нормативных документов \(https://sambo.ru/documents/\).](https://sambo.ru/documents/)

[Международная федерация самбо. База данных спортсменов \(https://live.sambo.sport/competitors\).](https://live.sambo.sport/competitors)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть

Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории № 36 и 36 А, для проведения занятий лекционного типа и семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и групповых консультаций комплектом аудиторной мебели, ученической доской. спортивные залы № 14, 27 и 28 для проведения практических занятий.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) *Элективные дисциплины по физической культуре и спорту дисциплина «Единоборства»*, для обучающихся Гуманитарного института, направления подготовки/ специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, очной формы обучения.

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Теории и методики единоборств

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3 семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачёт*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Виды текущего контроля	Сроки проведения	Максимальное количество баллов*
1	Посещение занятий	Весь период	15
2	Контроль освоения практических навыков: 1. Формы организации и содержания занятий по единоборствам. 2. Основные стойки, передвижения, захваты. Освобождения от захватов. Обще и специально подготовительные упражнения в единоборствах. 3. Страховка и самостраховка при падениях на спину, на бок, вперед на руки. 4. Игры: на выведение из равновесия, в касания, в захваты, в дебюты. в теснение, в перетягивание. 5. Техника единоборств в стойке: броски, переводы, сваливания, и защиты от них 6. Техника единоборств в партере (положение лежа): броски, перевороты, удержания, выходы на	2 неделя 3 неделя 4 неделя 5неделя 6 неделя 7 неделя	5 5 5 10 10 5

	верх, болевые, удушающие и защиты от них.	8 неделя	10
	7. Удары и защиты от них: руками, ногами, головой.	9 неделя	10
	8. Тактические действия в единоборствах: маневрирование, вызов, угроза, маскировка, подавление.	10 неделя	10
	9. Поединки с применением ранее изученных действий в стойке и партере (положении лежа).		
3	Сдача зачета (рубежный контроль)	11 неделя	15
Всего:			100

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля	Максимальное кол-во баллов
1	Сдача контрольных нормативов №1 по разделу «Техника выполнения основных бросков»	15
3	Сдача контрольных нормативов №2 по разделу «Техника выполнения основных ударов, защит»	15
4	Сдача контрольных нормативов №3 по разделу «Техника выполнения болевых, удушающих приемов и удержаний»	15
5	Реферат по теме: «Общие основы единоборств»	20

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

Стоимость посещения каждого учебного занятия рассчитывается как частное от деления установленной за посещение суммы баллов на количество планируемых учебных занятий. Обязательным является 60% посещений занятий, в противном случае студент не допускается к дифференцированному зачету.

Количество баллов в обязательных заданиях начисляется в соответствии с качеством их выполнения. В случае неудовлетворительного выполнения задания баллы не начисляются.

К зачету допускается студент, набравший не менее 46 балла, имея возможность, сдав зачет на «отлично» (15 баллов), получить оценку D по шкале ECTS.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра теории и методики единоборств

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ МОДУЛЯ**

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорта «ЕДИНОБОРСТВА»**

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) «Единоборства»

составляет 54 часа на очной форме обучения

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля) – 3 семестр

3. Цель освоения дисциплины (модуля) «Единоборства»:успешное освоение учебно-практического материала, необходимого для формирования как первоначальных технико-тактических умений, так и полноценного представления о двигательной культуре единоборств. Дисциплина реализуется на русском языке.

4.Перечень планируемых результатов обучения:

УК-7 – способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-7	7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий в единоборствах.
	7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.
	7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов единоборствна уровне выполнения контрольных нормативов

5. Краткое содержание дисциплины (модуля) «Единоборства».

Очная форма обучения

Общая трудоемкость 54 ак.ч.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Единоборства как составная часть физического воспитания в России. Классификация видов единоборств.	3		2	2		
2	Базовая техника в видах единоборств.	3		10	16		
3	Основы тактики единоборств.	3		6	12		
4	Правовые основы в единоборствах	3		2	4		
Итого часов: 54				20	34		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра Теории и методики легкой атлетики им. Н. Г. Озолина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
«ЛЕГКАЯ АТЛЕТИКА»**

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профили): Спортивная реклама и PR
Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*
Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики легкой атлетики им. Н.Г. Озолина
Протокол № 4 от «25» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики легкой атлетики им. Н.Г. Озолина
Протокол № от « » 20 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики легкой атлетики им. Н.Г. Озолина
Протокол № от « » 20 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Теории и методики легкой атлетики им. Н.Г. Озолина
Протокол № от « » 20 г.

Составитель:

Кетлерова Евгения Святославна, к.п.н., доцент кафедры теории и методики лёгкой
атлетики им. Н. Г. Озолина

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (легкая атлетика)» является: ознакомление с основными теоретическими и практическими знаниями в области лёгкой атлетики, развитие способности к самообразованию и к самосовершенствованию в физкультурно-спортивной деятельности, а также понимание основных тенденций, направлений и достижений в современной лёгкой атлетике.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина является элективной дисциплиной и относится к вариативной части ООП (ОПОП).

Основные положения теории и методики легкой атлетики имеют тесную взаимосвязь с содержанием естественнонаучных и гуманитарных дисциплин учебного плана (анатомии, физиологии, биомеханики, истории физической культуры, психологии, педагогики, безопасности жизнедеятельности, теории физической культуры и др.).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	наименование	Очная форма обучения
1	2	3
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности; УК-7.2. Знает правила эксплуатации спортивного	2

	инвентаря; УК-7.3. Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников; УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов легкой атлетики; УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений. УК-7.6. Умеет применять средства и методы, используемые на занятиях по легкой атлетике; УК-7.7. Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности; УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений. УК-7.9. Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности; УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Модуль 1. Учебно-тренировочное занятие по легкой атлетике. Техника безопасности на занятиях по легкой атлетике.	2		6	6		
1.1	Средства и методы, используемые при проведении учебно-тренировочного занятия по легкой атлетике			4	4		
1.2	Техника безопасности на занятиях по легкой атлетике			2	2		

2	Модуль 2. Основы техники легкоатлетических упражнений	2		14	28		
2.1	Ознакомление с техникой спортивной ходьбы			2	4		
2.2	Основы техники бега на короткие дистанции.			2	4		
2.3	Основы техники бега на средние дистанции.			2	4		
2.4	Основы техники эстафетного бега.			2	4		
2.5	Основы техники прыжка в длину способом «согнув ноги».			2	4		
2.6	Основы техники прыжков в высоту («перешагивание» и «фосбери-флоп»).			2	4		
2.7	Основы техники легкоатлетических метаний.			2	4		
Итого часов: 54				20	34		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Контрольные вопросы и задания

для промежуточной аттестации (зачета) студентов 1 курса

- 1.Классификация легкоатлетических упражнений.
- 2.Структура занятия по легкой атлетике, его цель и задачи.
- 3.Средства и методы, используемые при проведении учебно-тренировочного занятия по легкой атлетике.
- 4.Основные требования техники безопасности при занятиях бегом, прыжками и метаниями в легкоатлетическом манеже, на стадионе, в естественных условиях. Подготовка мест занятий, оборудования и инвентаря, спортивной формы и обуви.
5. Определение спортивной ходьбы и характеристика техники.
6. Общая характеристика техники спринтерского бега.
- 7.Общая характеристика техники прыжка в длину. Способы прыжка в длину.
8. Общая характеристика техники прыжка в высоту. Способы прыжка в высоту.
9. Виды метаний и их классификация.
10. Общая характеристика техники метания малого мяча на дальность.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература

1. Легкая атлетика: учеб. пособие / Е.Я. Гридасова, Е.С. Кетлерова, В.В. Мехрикадзе, В.И. Никонов, Г.В. Самойлов, А.М. Степанова; Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК). — Москва: Колос-с, 2022.— 331 с.: ил.
<https://lib.rucont.ru/efd/806846/info>

б) Дополнительная литература

2. Врублевский, Е. П. Легкая атлетика: основы знаний (в вопросах и ответах): учебное пособие / Е. П. Врублевский. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Спорт, 2016. — 241 с.: ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=459995

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- <https://olympics.com/en/paris-2024/sports/athletics> — сайт Международного олимпийского комитета. Легкая атлетика;

- <https://www.european-athletics.com/home> — сайт Европейской атлетической ассоциации (ЕАА).

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) Операционная система — Microsoft Windows 10;
- 2) Офисный пакет приложений — Microsoft Office 365;
- 3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- 4) Программный продукт — 1С: Университет ПРОФ.

- современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) Электронная библиотечная система «Руконт» (lib.rucont.ru);
- 2) Университетская библиотека ONLINE (biblioclub.ru);

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

- 1) Информационный портал «Информио» — информационная справочная и поисковая система (informio.ru)

- 2) Всероссийская федерация легкой атлетики (<https://rusathletics.info/>);
- 3) Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации (<https://emir.gov.ru/>).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

- 1) Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система (informio.ru);
- 2) Всероссийская федерация легкой атлетики. База данных нормативных документов (<https://rusathletics.info/docs?category=6680>) ;
- 3) Международная ассоциация легкоатлетических федераций. База данных спортсменов (<https://worldathletics.org/athletes>).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс (аудитории 210 и 211 легкоатлетического манежа), включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер.
2. Методический кабинет кафедры № 303 с наличием учебно-методической литературы:
 - учебники, учебные пособия, научная и специальная литература;
 - специальная периодическая литература: ежемесячный журнал «Легкая атлетика», ежеквартальный журнал «Легкоатлетический вестник ИААФ», периодические информационные материалы;
 - учебно-методические материалы, подготовленные и выпущенные Московским региональным Центром развития легкой атлетики ИААФ
3. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся и групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
4. Легкоатлетический манеж, включающий оборудование и спортивный инвентарь, необходимый для проведения практических занятий по легкой атлетике, а также для проведения соревнований различного уровня.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (легкая атлетика) для обучающихся гуманитарного института 1 курса, направления подготовки/ специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) Спортивная реклама и PR очной формы (м) обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Теории и методики легкой атлетики, e-mail: chair.athletics@gtsolifk.ru

Сроки изучения дисциплины (модуля): 2 семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачёт*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Сдача практических нормативов: Спортивная ходьба 1000 м	3 неделя	5
2	Сдача практических нормативов: Прыжок в высоту с разбега способом «перешагивание»	8 неделя	5
3	Сдача практических нормативов: Прыжок в высоту с разбега способом «фосбери-флоп»	10 неделя	5
4	Сдача практических нормативов: Бег на 100 м	5 неделя	5
5	Сдача практических нормативов: Прыжок в длину с разбега способом «согнув ноги»	11 неделя	5
6	Сдача практических нормативов: Метание мяча	13 неделя	5
7	Сдача практических нормативов: Эстафетный бег 4x100м	7 неделя	5
8	Сдача практических нормативов: Бег на средние и длинные дистанции М - 3000 м Ж – 2000 м (очная форма обучения) М – 1500 м Ж – 1000 м (заочная форма обучения)	15 неделя	5
9	Написание реферата «Техника безопасности при занятиях легкой атлетикой»	В течение семестра	5
10	Написание реферата «Приемы и правила оказания первой помощи при занятиях легкоатлетическими упражнениями»	В течение семестра	5
11	Посещение занятий	В течение семестра	30 баллов
	Зачёт		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Написание реферата по теме «Основы техники легкоатлетических упражнений»	5
2	Написание реферата «Средства и методы, используемые при проведении учебно-тренировочного занятия по легкой атлетике»	5
3	Сдача практических нормативов по пропущенным видам легкой атлетики	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Максимальное количество баллов начисляется при условии выполнения задания на «отлично»; при выполнении задания на «хорошо» начисляется 80% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «удовлетворительно» начисляется 60% от максимального количества баллов, при выполнении задания на «неудовлетворительно» баллы не начисляются.
- Стоимость посещения каждого учебного занятия рассчитывается как частное от деления установленной за посещение суммы баллов на количество планируемых учебных занятий.
- По согласованию с преподавателем, студент может выполнять дополнительные задания, не указанные в таблице, за которые также начисляются дополнительные баллы, но не более 5 баллов за каждое задание.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра Теории и методики легкой атлетики им. Н. Г. Озолина

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
«ЛЕГКАЯ АТЛЕТИКА»**

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профили): Спортивная реклама и PR
Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*
Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 академических часа.

2. Семестры освоения дисциплины: 2 семестр – очная форма обучения.

3. Цель освоения дисциплины:- ознакомление с основными теоретическими и практическими знаниями в области лёгкой атлетики, развитие способности к самообразованию и к самосовершенствованию в физкультурно-спортивной деятельности, а также понимание основных тенденций, направлений и достижений в современной лёгкой атлетике.

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

УК-7 – способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	наименование	Очная форма обучения
1	2	3
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности; УК-7.2. Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря; УК-7.3. Знает требования профессиональной деятельности к уровню физической подготовленности работников; УК-7.4. Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов легкой атлетики; УК-7.5. Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений. УК-7.6. Умеет применять средства и методы, используемые на занятиях по легкой атлетике; УК-7.7. Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности; УК-7.8. Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений. УК-7.9. Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности;	2

	УК-7.10. Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Модуль 1. Учебно-тренировочное занятие по легкой атлетике. Техника безопасности на занятиях по легкой атлетике.	2		6	6		
1.1	Средства и методы, используемые при проведении учебно-тренировочного занятия по легкой атлетике			4	4		
1.2	Техника безопасности на занятиях по легкой атлетике			2	2		
2	Модуль 2. Основы техники легкоатлетических упражнений	2		14	28		
2.1	Ознакомление с техникой спортивной ходьбы			2	4		
2.2	Основы техники бега на короткие дистанции.			2	4		
2.3	Основы техники бега на средние дистанции.			2	4		
2.4	Основы техники эстафетного бега.			2	4		
2.5	Основы техники прыжка в длину способом «согнув ноги».			2	4		
2.6	Основы техники прыжков в высоту («перешагивание» и «фосбери-флоп»).			2	4		
2.7	Основы техники легкоатлетических метаний.			2	4		
Итого часов: 54				20	34		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра Теории и методики тенниса, настольного тенниса и бадминтона

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Настольный теннис»**
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связь с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль) подготовки: «Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ТиМ тенниса, настольного тенниса и бадминтона
(наименование)
Протокол № 2 от «19» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Автор: **Барчукова Г.В.** – д.п.н., профессор кафедры Теории и методики
индивидуально-игровых и интеллектуальных видов спорта РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»

Цель освоения дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис» является: формирование у студентов представления о настольном теннисе. Обучение технике игры в настольный теннис. Совершенствование общих и специальных физических качеств. Овладение умением организации и проведения соревнований по настольному теннису для различных слоев населения.

2. Место дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис» в структуре ООП (ОПОП)

Настоящая учебная дисциплина является практической основой углубления профессиональной подготовки выпускника по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью» и профилю подготовки «Спортивная реклама и PR». Данная дисциплина способствует расширению сферы применения профессиональных навыков и умений выпускника средствами настольного тенниса, что обусловлено взаимодействием теоретических и практических знаний и умений данной учебной дисциплины, а так же применением активных методов обучения в процессе учебной деятельности.

Программный материал дисциплины опирается на информацию, полученную студентами в результате освоения других предметов учебного плана вуза, что дает возможность строить программу на основе междисциплинарных связей.

В программе дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис» определен перечень тем, обязательных для формирования и совершенствования профессиональных умений и навыков, необходимых в будущей практической (трудовой) деятельности выпускника по профилю 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис», соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	4	5
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	5	
УК-7.2.	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря;	5	
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;	5	
УК-7.5.	Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений	5	
УК-7.7.	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности;	5	
УК-7.8.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	5	
УК-7.10	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	5	

4. Структура и содержание дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»

Общая трудоемкость дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис» составляет для очной формы обучения **56 академических часа**, из них 20 часов практических и 36 часов самостоятельной работы.

**Структура и содержание дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»
очная форма обучения**

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	1. Настольный теннис в системе физического воспитания России	5			2		
2	2. Техника настольного тенниса	5		8	12		
3	2.1. Основы техники игры в настольный теннис	5		4	6		
4	2.3. Методика обучения техническим действиям и передвижениям	5		4	6		
5	3. Тактика настольного тенниса	5		4	8		
6	3.1. Основы тактики игры в настольный теннис	5		2	4		
7	3.2. Тактика одиночных, парных и командных игр	5		2	4		
8	4. Настольный теннис в сфере массово-оздоровительной работы	5		4	6		
9	4.1. Техника безопасности в занятиях настольным теннисом	5		2	2		
10	4.2. Совершенствование общих и специальных физических качеств средствами настольного тенниса	5		2	4		
11	5. Правила соревнований и методика судейства. Спортивный инвентарь для игры в настольный теннис	5		4	8		
12	5.1. Правила игры в настольный теннис и методика организации и судейства соревнований	5		2	4		
13	5.2. Спортивный инвентарь для игры в настольный теннис	5		2	4		
Итого часов: 56				20	36		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис».

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис». (Приложение к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис».

**Перечень видов оценочных средств, используемых для
промежуточной аттестации.**

1. Контрольный норматив «жонглирование теннисным мячом»
2. Контрольный норматив подачи (5 справа, 5 слева)
3. Выполнение 15 ударов накатом по правой диагонали
4. Выполнение 15 ударов накатом по левой диагонали
5. Выполнение 15 ударов срезкой по правой диагонали
6. Выполнение 15 ударов срезкой по левой диагонали
7. Участие в одиночных соревнованиях
8. Участие в парных соревнованиях
9. Судейство соревнований
10. Проведение разминки

Вопросы для устного ответа на зачете

1. Расскажите о роли настольного тенниса в системе физического воспитания в нашей стране.
2. Расскажите о возникновении и развитии настольного тенниса.

- 3.Расскажите о развитии настольного тенниса в России.
- 4.Расскажите о настольном теннисе в Олимпийских играх.
- 5.Расскажите о современном состоянии и тенденциях развития настольного тенниса.
- 6.Назовите методы физического воспитания, используемые на учебном занятии по настольному теннису.
- 7.Приведите примеры использования практических методов на занятии по настольному теннису.
- 8.Приведите примеры использования наглядных методов на занятии по настольному теннису.
- 9.Приведите примеры использования словесных методов на занятии по настольному теннису.
- 10.Приведите примеры использования методов развития физических качеств на занятии по настольному теннису.
- 11.Расскажите о методике обучения срезке слева в настольном теннисе.
12. Расскажите о методике обучения срезке справа в настольном теннисе.
- 13.Расскажите о методике обучения накату справа в настольном теннисе.
- 14.Расскажите о методике обучения накату слева в настольном теннисе.
- 15.Расскажите о методике начального обучения настольному теннису.
16. Назовите основные документы, необходимые для организации и проведения соревнований по настольному теннису.
17. Расскажите об обязанностях главного судьи на соревнованиях по настольному теннису.
18. Дайте краткую характеристику обязанностей судейской коллегии на соревнованиях по настольному теннису.
- 19.Расскажите о системах проведения соревнований, используемых на соревнованиях по настольному теннису.
- 20.Какие пункты необходимо включить в положение о соревнованиях по настольному теннису.

21.Расскажите об обязанностях участника соревнований по настольному теннису.

22.Форма одежды участника соревнований по настольному теннису.

23.Виды соревнований в настольном теннисе.

24.Расскажите правила одиночной личной встречи в настольном теннисе.

25.Расскажите правила парной встречи в настольном теннисе.

26.Расскажите об инвентаре и оборудовании, используемом для занятий настольным теннисом.

27.Виды планирования в настольном теннисе.

28.Составьте план-конспект урока по настольному теннису с использованием игрового метода обучения.

29.Составьте план-конспект урока по настольному теннису с использованием соревновательного метода обучения.

30.Составьте план-конспект урока по настольному теннису с использованием строгорегламентированного метода.

Примерный перечень заданий тем рефератов для самостоятельной работы

1. История возникновения и развития настольного тенниса.
2. Выдающиеся отечественные игроки в настольный теннис.
3. Настольный теннис в Олимпийских играх.
4. Эволюция и развитие инвентаря для игры в настольный теннис.
5. Эволюция и развитие правил игры в настольный теннис. Причины введения новых правил игры с 2001 года.
6. Виды соревнований в настольном теннисе.
7. Техника игры в настольный теннис. Современные тенденции развития.
8. Тактика игры в настольный теннис. Современные тенденции развития.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины «Элективный курс по физической культуре и спорту: настольный теннис».

а)Основная литература:

1. Барчукова Г.В. Настольный теннис для всех каждого/ Г.В. Барчукова . – Москва : ООО Торговый дом «Советский спорт», 2021. – 208 с. (Университетский учебник)

<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=347703&DocQuerID=11512309&DocTypID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

2. Команов, В.В. Тренировочный процесс в настольном теннисе : учеб.-метод. пособие / В.В. Команов .— Москва : Советский спорт, 2014 .— 400 с. <https://lib.rucont.ru/liti/tool?goto=279280>

3. Серова, Л. К. Управление подготовкой спортсменов в настольном теннисе : учебное пособие : [12+] / Л. К. Серова. – Москва : Спорт, 2016. – 96 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454262>

б)Дополнительная литература:

1. Барчуков, И.С. Основы физической культуры. Теория и методика. Курс лекций [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г.В. Барчукова, Ю.Н. Назаров, И.С. Барчуков.— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016 .— 296 с. — На обл. авт. не указаны .— ISBN 978-5-238-02790-6 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/359228>

2. Матвеев, Л.П. Общая теория спорта и ее прикладные аспекты [Электронный ресурс]: [учебник для вузов физ. культуры и спорта] / Л.П. Матвеев .— 6-е изд. — М. : Спорт, 2019 .— 344 с. — (Олимпийское образование) .— ISBN 978-5-907225-00-8 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/7041323>.

в)Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

[Международная федерация настольного тенниса \(ITTF\)](http://www.ittf.com)
<http://www.ittf.com>

г). Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

–программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1)Операционная система – Microsoft Windows 10;
- 2)Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
- 3)Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- 4)Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\).](http://lib.rucont.ru)
- 2) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)
- 3) [Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту \(lib.gtsolifk.ru\).](http://lib.gtsolifk.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

[Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)

[Федерация настольного тенниса России \(https://ttfr.ru/\).](https://ttfr.ru/)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Федерация настольного тенниса России. База данных нормативных документов \(https://ttfr.ru/documents\).](https://ttfr.ru/documents)

[Федерация настольного тенниса России. База данных спортсменов \(https://ttfr.ru/rating\)](https://ttfr.ru/rating)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»

1.Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2.Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

4. Столы для настольного тенниса

5. Мячи для настольного тенниса

6. Сетки настольного тенниса.

7. Ракетки для настольного тенниса.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине **«Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»** для обучающихся Гуманитарного Института 3 курса, направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связь с общественностью», профиль подготовки «Спортивная реклама и PR» очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Теории и методики индивидуально-игровых и интеллектуальных видов спорта.

Сроки изучения дисциплины: 5 семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачёт 5 семестр.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ¹	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольный норматив «жонглирование теннисным мячом»	2 неделя	5
2	Контрольный норматив подачи (5 справа, 5 слева)	4 неделя	5
3	Выполнение 15 ударов накатом по правой диагонали	6 неделя	5
4	Выполнение 15 ударов накатом по левой диагонали	8 неделя	5
5	Выполнение 15 ударов срезкой по правой диагонали	10 неделя	5
6	Выполнение 15 ударов срезкой по левой диагонали	12 неделя	5
7	Участие в одиночных соревнованиях	13 неделя	5
8.	Участие в парных соревнованиях	15-18 неделя	5
9.	Судейство соревнований	15-18 неделя	5
10.	Проведение разминки	В течение семестра	5
11.	Посещение занятий	В течение семестра	30
12.	Зачёт		20
13.	ИТОГО		100 баллов

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Написание реферата по теме «История, современное состояние и перспективы развития настольного тенниса»	10
2	Написание реферата по теме «Биография 3 известных спортсменов настольного тенниса»	10
3	Написание реферата по теме «Материально-техническое обеспечение в настольном теннисе»	10
4	Написание реферата по теме «Основные технические приемы настольного тенниса»	10
5	Подготовка конспекта урока с использованием средств настольного тенниса	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

- Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра Теории и методики тенниса, настольного тенниса и бадминтона

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Настольный теннис»**
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 «Реклама и связь с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль) подготовки:
«Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис» составляет 56 часов для очной формы обучения.

2.Семестр освоения дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»: 5 семестр

3. Цель освоения дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»: является: сформирование у студентов представления о настольном теннисе. Обучение технике игры в настольный теннис. Совершенствовать общие и специальные физические качества. Овладение умением организации и проведения соревнований по настольному теннису для различных слоев населения.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»:

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	4	5
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	5	
УК-7.2.	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря;	5	
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;	5	
УК-7.5.	Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений	5	
УК-7.7.	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности;	5	
УК-7.8.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений.	5	
УК-7.10	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	5	

5. Краткое содержание дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис»

Общая трудоемкость дисциплины «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: настольный теннис» составляет для очной формы обучения **56 академических часа**, из них 20 часов практических и 36 часов самостоятельной работы.

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	1. Настольный теннис в системе физического воспитания России	5			2		
2	2. Техника настольного тенниса	5		8	12		
3	2.1. Основы техники игры в настольный теннис	5		4	6		
4	2.3. Методика обучения техническим действиям и передвижениям	5		4	6		
5	3. Тактика настольного тенниса	5		4	8		
6	3.1. Основы тактики игры в настольный теннис	5		2	4		
7	3.2. Тактика одиночных, парных и командных игр	5		2	4		
8	4. Настольный теннис в сфере массово-оздоровительной работы	5		4	6		
9	4.1. Техника безопасности в занятиях настольным теннисом	5		2	2		
10	4.2. Совершенствование общих и специальных физических качеств средствами настольного тенниса	5		2	4		
11	5. Правила соревнований и методика судейства. Спортивный инвентарь для игры в настольный теннис	5		4	8		
12	5.1. Правила игры в настольный теннис и методика организации и судейства соревнований	5		2	4		
13	5.2. Спортивный инвентарь для игры в настольный теннис	5		2	4		
Итого часов: 56				20	36		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

**Кафедра теории и методики спортивного и синхронного плавания,
аквааэробики, прыжков в воду и водного поло**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «Плавание»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022,2023,2024,2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 3 от «_23_» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
теории и методики спортивного и синхронного плавания,
аквааэробики, прыжков в воду и водного поло
Протокол № 2 от «09» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Составитель:

Павлова Т.Н., к.п.н., доцент, доцент кафедры теории и методики спортивного и синхронного плавания, аквааэробики, прыжков в воду и водного поло

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)»: подготовка квалифицированных специалистов по физической культуре и спорту, в частности, приобретение личного опыта использования средств плавания для упрочения и сохранения здоровья и поддержания высокой работоспособности.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)» относится к Блоку 1 вариативной части основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы) (далее ООП (ОПОП)).

Нет дисциплин, изучение которых должно предшествовать данной дисциплине.

Программа дисциплины «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ВО) с учетом рекомендаций примерной основной образовательной программы (ПрООП), на основе учебного плана по направлениям подготовки ФГОС ВО третьего поколения для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортивная реклама и PR».

При разработке программы были использованы следующие нормативные документы:

- ФГОС ВО и учебный план по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)», являясь важнейшим компонентом физической культуры и культуры личности, тесно взаимосвязана с дисциплинами гуманитарного и естественно-научного цикла, ориентирована на познание части культуры, являющейся специфическим фактором совершенствования

естественных (природных) качеств и способностей человека, оптимизации физического развития и восстановления здоровья в целом.

В ходе освоения данной дисциплины студент приобретает знания о теоретических основах плавания как средства для упрочения и сохранения здоровья и поддержания высокой работоспособности. В процессе обучения студент приобретает прикладные навыки, необходимые в избранной профессии и личный опыт выполнения упражнений.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)», соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	наименование	Очная форма обучения
1	2	3
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</i>	1
УК-7.2	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря	
УК-7.4	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта	
УК-7.5	Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений	
УК-7.7	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности	
УК-7.8	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений	
УК-7.10	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	

4.Структура и содержание дисциплины «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)».

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 академических часа (очная форма обучения).

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Техника спортивных способов плавания	1		12			
1.1	Кроль на груди			4			
1.2	Кроль на спине			2			
1.3	Брасс			6			
2	Прикладное плавание.	1		6			
2.1	Прикладные способы плавания (на боку, брасс на спине)			2			
2.2	Транспортировка пострадавшего			2			
2.3	Доврачебная помощь при утоплении			2			
3	Начальная тренировка.	1		2			
3.1	Дистанционный метод.			2			
Итого часов:		54		20	34		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Зачет состоит из 2-х частей: практической и теоретической.

Практическая часть:

1. Техника спортивных способов плавания: кроль на груди; кроль на спине; брасс.

2. Прикладное плавание: техника плавания способом на боку; транспортировка тонущего; выполнение приемов доврачебной помощи.
3. Начальная тренировка: дистанционный метод тренировки.
4. Посещение занятий.

Теоретическая часть: оценка знаний студентов по основным темам учебной программы.

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Спортивное значение плавания.
2. Техника движений ногами в способе кроль на груди.
3. Профессионально-прикладное значение плавания.
4. Техника движений ногами в способе кроль на спине.
5. Оздоровительное значение плавания.
6. Техника движений ногами в способе брасс на груди.
7. Правила безопасности на занятиях по плаванию в бассейне.
8. Техника движений руками и дыхания в способе кроль на груди.
9. Оценка уровня плавательной подготовленности.
10. Техника движений руками и дыхания в способе брасс на груди.
11. Техника безопасности и организация занятий в бассейнах и на открытых водоемах.
12. Способы самоконтроля на занятиях по плаванию.
13. Техника согласования движений ногами, руками и дыхания в способе кроль на груди.
14. Техника согласования движений ногами, руками и дыхания в способе кроль на спине.
15. Техника согласования движений ногами, руками и дыхания в способе на боку.
16. Техника согласования движений ногами, руками и дыхания в способе брасс на груди.
17. Непрерывный (дистанционный) метод тренировки.
18. Приемы освобождения от захватов утопающего.

19. Техника выполнения открытых поворотов.
20. Приемы оказания доврачебной помощи при утоплении.
21. Техника выполнения закрытых поворотов.
22. Техника выполнения стартового прыжка.
23. Действия спасателя при ложном (белом) утоплении.
24. Действия спасателя при истинном (синем) утоплении.
25. Способы транспортировки пострадавшего в воде.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)».

а) Основная литература:

- 1) Плавание : учебник для вузов / В. З. Афанасьев [и др.] ; под общей редакцией Н. Ж. Булгаковой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 344 с. <https://urait.ru/bcode/516455>
- 2) Чертов, Н.В. Теория и методика плавания : [учебник] / Южный федеральный университет; Н.В. Чертов .— Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2011 .— 452 с. : ил. — ISBN 978-5-9275-0929-4 .— URL: <https://lib.rucont.ru/efd/223856> (дата обращения: 27.10.2024).

б) Дополнительная литература:

1. Плавание : курс лекций / Т.Н. Павлова, С.М. Никитина, И.В. Чеботарева, Е.А. Мехтелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2015 .— 136 с. : ил. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/586386> (дата обращения: 27.10.2024).
2. Спасение тонущих и реанимация при утоплении : метод. рекомендации по изучению раздела дисциплины «Б1.В.ДВ.4.3 Прикладное плавание и основы безопасности на воде» / Т.Н. Павлова .— Москва : РГУФКСМиТ, 2017 .— 28 с. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/671381> (дата обращения: 10.01.2024)

3. Теория и методика обучения базовым видам спорта: плавание : учеб. пособие / А.С. Казызаева, О.Б. Галеева, Е.С. Жукова, М.Д. Бакшеев; Сиб. гос. ун-т физ. культуры и спорта .— Омск : Изд-во СибГУФК, 2016 .— 121 с. : ил. — Авт. указаны на обороте тит. л. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/640995> (дата обращения: 10.01.2024)

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Министерство спорта Российской Федерации - www.minsport.gov.ru
2. Федерация водных видов спорта России – <https://www.russwimming.ru/>
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система (garant.ru).
4. Открытая платформа Спортивная Россия – <https://infosport.ru>
5. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» – <https://cyberleninka.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru – <http://elibrary.ru/>
7. Федеральная государственная информационная система «Спорт» – <https://sportrf.gov.ru>.

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- Программное обеспечение дисциплины (модуля):
4. Операционная система – Microsoft Windows 10;
 5. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
 6. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
 7. Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.
- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

•Электронные библиотечные системы:

8.Образовательная платформа Юрайт (<https://urait.ru>)

9.Электронная библиотечная система «Рукоонт» (lib.rucont.ru)

•Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система (informio.ru).

Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации (<https://emir.gov.ru/>).

Всероссийская федерация плавания. Единая информационная система (<https://rsf.lsport.net/Page/1b14ace6-9f40-4e87-ab31-40d7592a0268>).

Всероссийская федерация плавания (<https://russwimming.ru/>).

•Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система (informio.ru).

Всероссийская федерация плавания. База данных нормативных документов (<https://russwimming.ru/documents/vfp/>).

Всемирная федерация водных видов спорта. База данных спортсменов (<https://www.worldaquatics.com/athletes?gender=&discipline=&nationality=&name=>).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Б1.Б.ДВ Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)».

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Зал «сухого плавания».
4. Плавательные бассейны длиной 25м и 50м.
5. Инвентарь: плавательные доски, круги, шесты, секундомер.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)» для обучающихся гуманитарного института I курса, направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортивная реклама и PR», очной формы обучения.

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: теории и методики спортивного и синхронного плавания, аквааэробики, прыжков в воду и водного поло

Сроки изучения дисциплины: 1 семестр (очная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)¹	Максимальное кол-во баллов
<i>1</i>	<i>Выполнение контрольного норматива (50м кроль на груди)</i>	<i>в течение семестра</i>	<i>20</i>

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

2	Выполнение контрольного норматива (50м брасс)		20
5	Выполнение контрольного норматива (50м транспортировка тонущего)		20
6 7	Выполнение приемов по оказанию доврачебной помощи при утоплении		10
8	Выполнение контрольного норматива (непрерывное плавание дистанции 400м)		20
	Зачет		10
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Сообщение по теме «Техника спортивных способов плавания»	5
3	Тест по теме «Прикладное плавание»	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

**Кафедра теории и методики спортивного и синхронного плавания,
аквааэробики, прыжков в воду и водного поло**

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту «Плавание»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2022 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 54 академических часа (очная форма обучения)

2. Семестры освоения дисциплины: 1 (очная форма обучения)

3. Цель освоения дисциплины: приобретение личного опыта использования средств плавания для упрочения и сохранения здоровья и поддержания высокой работоспособности.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	наименование	Очная форма обучения
1	2	3
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</i>	1
УК-7.2	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря	
УК-7.4	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта	
УК-7.5	Знает правила безопасности при выполнении физических упражнений	
УК-7.7	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности	
УК-7.8	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений	
УК-7.10	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	

5. Краткое содержание дисциплины «Б1.В.ДВ.02.04 Элективная дисциплина по физической культуре и спорту (плавание)».

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 54 академических часа (очная форма обучения).

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Техника спортивных способов плавания	1		12			
1.1	Кроль на груди			4			
1.2	Кроль на спине			2			
1.3	Брасс			6			
2	Прикладное плавание.	1		6			
2.1	Прикладные способы плавания (на боку, брасс на спине)			2			
2.2	Транспортировка пострадавшего			2			
2.3	Доврачебная помощь при утоплении			2			
3	Начальная тренировка.	1		2			
3.1	Дистанционный метод.			2			
Итого часов:		54		20	34		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра режиссуры массовых спортивно-художественных
представлений имени В.А. Губанова**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Подвижные игры»**

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
гуманитарного института
Протокол № 1а от «01» октября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
режиссуры массовых спортивно-художественных
представлений имени В.А.Губанова
Протокол № 3 от « 5» сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
режиссуры массовых спортивно-художественных
представлений имени В.А.Губанова
Протокол № __ от «__» _____ 201__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
режиссуры массовых спортивно-художественных
представлений имени В.А.Губанова
Протокол № __ от «__» _____ 201__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
режиссуры массовых спортивно-художественных
представлений имени В.А.Губанова
Протокол № __ от «__» _____ 20__ г.

Составитель: Загоровская Наталия Владимировна – преподаватель кафедры
режиссуры массовых спортивно-художественных представлений имени
В.А.Губанова

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Подвижные игры» является: Приобретение знаний, умений и практических навыков по проведению подвижных игр, игр–аттракционов и анимационных программ, с дальнейшим применением полученных знаний в профессиональной деятельности у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю Спортивная реклама и PR

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю Спортивная реклама и PR. Дисциплина «Подвижные игры» относится к элективным дисциплинам по физической культуре и спорту.

Освоение дисциплины позволит выпускникам овладеть одним из необходимых средств физического воспитания, которое является важной частью в работе с различным контингентом. Дисциплина «Подвижные игры» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана:

- изучение дисциплины основано на ранее пройденных дисциплинах/практиках – «Физическая культура и спорт», «Основы психологии», «Гимнастика», «Волейбол», «Баскетбол»;
- изучение дисциплины предшествует освоению следующих дисциплин/практик – «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуре и спорта», «Проведение PR компаний в сфере физической культуры и спорта»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения
УК – 7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной	6

	социальной и профессиональной деятельности	
УК-7.4	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;	6
УК-7.8	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений	6
УК-7.10	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	6

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **56 академических часов.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теория игры	6		-	10		
2	Методика проведения ПИ и проведение игр-эстафет	6		14	20		
3	Адаптация подвижных игр	6		6	6		
4							зачёт
Итого часов: 56				20	36		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в

Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложение к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Перечень примерных контрольных вопросов к зачёту.

1. Определение понятия игры.
2. Отличие подвижных игр от спортивных.
3. Характеристика игр дошкольников.
4. Характеристика игр школьников 1-4 классов.
5. Характеристика подвижных игр учащихся 5-8 классов.
6. Характеристика подвижных игр учащихся 9-11 классов.
7. Педагогические задачи подвижных игр.
8. Методика решения педагогических задач в игре.
9. Критерии подбора игры на занятиях.
10. Подготовка площадки к игре (подготовка места игры и инвентаря, разметка площадки).
11. Способы выбора водящего и их характеристика.
12. Выбор помощников и капитанов.
13. Способы разделения на команды и их характеристика.
14. Требования к рассказу и последовательность объяснения игры.
15. Роль и место в проведении игры показа и объяснения.
16. Руководство игрой, судейство и дозировка игры.
17. Требования к окончанию игры.
18. Подведению итогов игры.
19. Особенности проведения игр эстафет.
20. Игры на внимание и сообразительность
21. Игры с преимущественным воздействием на ловкость
22. Игры с преимущественным воздействием на силу
23. Игры с преимущественным воздействием на быстроту

24. Составление конспектов по подвижным играм (по заданию): игра для младшего школьного возраста, игра для среднего или для старшего школьного возраста, игра-эстафета.
25. Проведение педагогического анализа игры по заданной схеме.
26. Разработка схемы адаптации игры по заданию.
27. Составление конспекта по подвижной игре (по заданию): в зависимости от предложенной формы внеурочного занятия, контингента и условий проведения.
28. Возникновение игры.
29. Игры за рубежом.
30. Игры в Древней Руси.
31. Русские народные игры: детские, девичьи, мужские, обоего пола.
32. Игры и их значение в обрядовых праздниках.
33. Значение игр и их использование в современных праздниках.
34. Игры в спортивно-развлекательных программах .
35. Игры и их значение в анимационной деятельности.
36. Игры на воздухе и их значение.
37. Игры на воде и их значение.
38. Особенности организации игр на дискотеках.
39. Забытые игры.
40. Особенности в организации и проведении соревнований по подвижным играм.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Томашевич, А.М., Жарикова Е.Л.: Подвижные игры на уроках физической культуры для детей младшего школьного возраста : учеб.-метод. пособие для учителей физ. культуры и студентов, обучающихся в вузах и ссузах в области физ. культуры и педагогики / Е.Л. Жарикова; Рос. ун-т

спорта (ГЦОЛИФК); А.М. Томашевич .— Москва : Колос-с, 2023 .-54 с. - ISBN 978-5-00129-390-3 .— URL: <https://rucont.ru/efd/840957> ,
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=363541&DocQuerID=11512319&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

2. Подвижные игры в занятиях спортом : учеб. пособие : [Утв. и рек. Эмс ИСиФВ ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ"] / Томашевич А.М. [и др.] ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М.: [Изд-во РГУФКСМиТ], 2014. - 332 с.: ил.
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=236664&DocQuerID=11512320&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

3. От игры к ГТО [Электронный ресурс] : учеб. пособие : направление подгот. 49.03.01, 44.03.01 : квалификация выпускника - бакалавр : форма обучения: оч., заоч. : рек. Эмс Гуманитар. ин-та РГУФКСМиТ / Кузьмичева Е.В. [и др.] ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2017.

URL : <HTTP://lib.sportedu.ru/Texts/Books/DOC/352249.doc>

4. От подвижной игры к ГТО [Электронный ресурс] : учеб. пособие : утв. ЭМС Гуманитар. ин-та РГУФКСМиТ. Ч. 2 / Кузьмичева Е.В. [и др.] ; М-во спорта, туризма и молодеж. политики РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)", Каф. Режиссуры массовых спортивных.-худож. представлений им. В.А. Губанова. - М., 2019.

URL : <HTTP://lib.sportedu.ru/Texts/Books/DOC/325444.doc>

5. Подвижные игры : учеб. пособие / О.С. Шалаев, В.Ф. Мишенькина, Е.Ю. Эртман, Е.Ю. Ковыршина; Сиб. гос. ун-т физ. культуры и спорта .— Омск : Изд-во СибГУФК, 2019 .— 159 с. — <https://lib.rucont.ru/efd/816962/info>

б) Дополнительная литература:

1. Кузьмичева Е.В. Подвижные игры для детей младшего школьного возраста : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032101 : рек. УМО по образованию в обл. физ. культуры и спорта / [Е.В. Кузьмичева]. - М.: физ. культура, 2008. - 104 с.: ил.
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=164419&DocQuerID=11512322&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>
2. Кузьмичева Е.В. Подвижные игры для детей среднего и старшего школьного возраста : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032101 : рек. УМО по образованию в обл. физ. культуры и спорта / [Е.В. Кузьмичева]. - М.: физ. культура, 2008. - 122 с.: ил.
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=164423&DocQuerID=11512323&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>
3. Подвижные игры. Практический материал : учеб. пособие для студентов вузов и сред. спец. учеб. заведений физ. культуры : рек. Гос. ком. РФ по физ. культуре, спорту и туризму / Л.В. Былеева [и др.]. - М.: ТВТ Дивизион, 2005. - 277 с.: ил. URL : <HTTP://lib.sportedu.ru/Texts/Books/Scan/129424.pdf>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <http://www.edu.ru> – «Российское образование» - федеральный портал.
2. <http://minstm.gov.ru>- сайт Министерства спорта Российской Федерации.

3. <https://myrosmol.ru/> - информационная платформа «Молодежь России».

4. [Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система \(garant.ru\).](#)

5. Единая информационная площадка «Физическая культура и спорт, детский отдых, туризм» - <https://еип-фкис.рф/?ysclid=m1qg8eguc4531448315>

3. Российский международный олимпийский университет - <https://www.olympicuniversity.ru/ru/home>

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. *Операционная система – Microsoft Windows 10;*
2. *Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
3. *Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
4. *Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.*

- современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Электронные библиотечные системы:

1. [Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту \(lib.gtsolifk.ru\).](#)
2. [Электронная библиотечная система «Рукоонт» \(lib.rucont.ru\).](#)

-электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система - informio.ru

Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система elibrary.ru

Единый методический информационный ресурс Министерства спорта Российской Федерации - <https://emir.gov.ru/>

- электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система - informio.ru

Единый национальный портал дополнительного образования детей - <https://dop.edu.ru/federal/events/list/>

Единый спортивный портал Москвы <https://moscow.sport/?ysclid=lrf4eehzrq977152040>

Портал культура. рф <https://www.culture.ru/?ysclid=lrf4dc0ki6323314274>

Федеральный портал системы образования в сфере культуры и искусств

<https://rfartcenter.ru/sobytiya/obshherossijskie-konkursy-minkultury/>

Портал открытых данных Правительства Москвы (разделы: «Культура», «Досуг и отдых», «Физическая культура и спорт») - <https://data.mos.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту(Подвижные игры)» для обучающихся гуманитарного института 3 курса, направления подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) Спортивная реклама и PR, очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: режиссуры массовых спортивно-художественных представлений имени В.А.Губанова.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 6 семестр очная форма обучения

Форма промежуточной аттестации: зачёт

II. ФОРМЫОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

№	Формаоценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Разработка конспекта и проведение подвижной игры для младшего, среднего или старшего школьного возраста	28-30	20
2	Разработка конспекта и проведение игры-эстафеты	31-34	20
3	Знание игр, проведенных на занятиях с записью игрового материала в тетрадь и адаптацией к различному контингенту.	37-40	20
4	Посещение занятий		20
5	Зачёт		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Реферат на тему	10
2	Разработка конспекта и проведение подвижной игры для младшего, среднего или старшего школьного возраста	15
3	Разработка конспекта и проведение игры-эстафеты	15

Темы рефератов:

1. Организация и особенности проведения соревнований по подвижным играм;
2. Подвижные игры в анимационной работе с молодежью и взрослыми;
3. Подвижные игры в анимационной работе с детьми;
4. Подвижные игры в анимационной работе с детьми;
5. Руководство игрой, судейство и дозировка;

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Социально-гуманитарный факультет

**Кафедра режиссуры массовых спортивно-художественных представлений
имени В.А.Губанова**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Подвижные игры»**

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 56 академических часов.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 6.

3.Цель освоения дисциплины (модуля):

Приобретение знаний, умений и практических навыков по подбору, проведению и адаптации подвижных игр с различным контингентом с учетом окружающих условий и применение этих знаний в дальнейшей профессиональной деятельности.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения
УК – 7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	6
УК-7.4	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;	6
УК-7.8	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений	6
УК-7.10	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	6

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **56 академических часов.**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теория игры	6		-	10		
2	Методика проведения ПИ и проведение игр-эстафет	6		14	20		
3	Адаптация подвижных игр	6		6	6		
4							зачёт
Итого часов: 56				20	36		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

**Кафедра Теории и методики тяжелоатлетических видов спорта
им. А.С. Медведева**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «ТЯЖЕЛОАТЛЕТИЧЕСКИЕ ВИДЫ
СПОРТА»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022,2023,2024,2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
на основании решения заседания кафедры
Протокол № 3 от «23» сентября 2021 г.
Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ТиМ ТАВС им. А.С. Медведева
Протокол № 3 от «12» сентября 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ТиМ ТАВС им. А.С. Медведева
Протокол № 2 от «11» сентября 2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ТиМ ТАВС им. А.С. Медведева
Протокол № 2 от «02» сентября 2024 г.

Составитель:

Баюрин Александр Павлович – старший преподаватель кафедры ТиМ
тяжелоатлетических видов спорта им. А.С. Медведева РГУФКСМиТ.

1.Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения элективной дисциплины по физической культуре и спорту («Тяжелоатлетические виды спорта») является поддержание должного уровня физической подготовленности студента для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности средствами тяжелоатлетических видов спорта. Дисциплина реализуется на русском языке.

2.Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Элективная дисциплина по физической культуре и спорту «Тяжелоатлетические виды спорта» является одной из дисциплин по выбору элективных курсов по физической культуре и спорту цикла дисциплин ФГОС ВО 3++ по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профилю «Спортивная реклама и PR». Освоение курса включает также подготовку к выполнению требований по выполнению практических нормативов по тяжелоатлетическим видам спорта.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения
1	2	3
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</i>	5
УК-7.1.	Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности	5
УК-7.2.	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря	5

УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта	5
УК-7.6.	Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности	5
УК-7.7.	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности	5
УК-7.8.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений	5
УК-7.9.	Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности	5
УК-7.10.	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	5

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 56 академических часов.

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	1. Организация и построение тренировочного процесса средствами тяжелоатлетических видов спорта	5					
2	1.1. Организация и построение тренировочного процесса средствами тяжелой атлетики	5		8	12		
3	1.2. Организация и построение тренировочного процесса средствами пауэрлифтинга	5		4	6		
4	1.3. Организация и построение тренировочного процесса средствами гиревого спорта	5		4	6		
5	1.4. Организация и построение тренировочного процесса с использованием тренажерных устройств	5		2	6		
6	1.5. Организация и построение тренировочного процесса на основе упражнений с собственным весом тела	5		2	6		
Итого часов: 56			-	20	36		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Контрольные вопросы к зачету

1. Характеристика тяжёлой атлетики как вида спорта и его прикладное значение.
2. Техника подъёма штанги на грудь для толчка.
3. Характеристика пауэрлифтинга как вида спорта и его прикладное значение.
4. Техника рывка штанги.
5. Характеристика бодибилдинга как вида спорта и его прикладное значение
6. Техника толчка штанги от груди.
7. Характеристика гиревого спорта и его прикладное значение.
8. Основные принципы прикладной скоростно-силовой подготовки.
9. Метод максимальных усилий при воспитании силовых способностей.
10. Базовые упражнения для мышц-сгибателей нижних конечностей и техника их выполнения.
11. Повторно-серийный метод при воспитании силовых способностей.

12. Базовые упражнения для мышц-разгибателей туловища и техника их выполнения.

13. Метод интервальной тренировки с использованием отягощений.

14. Базовые упражнения для мышц-сгибателей туловища и техника их выполнения.

15. Метод круговой тренировки с использованием отягощений.

16. Базовые упражнения для мышц-разгибателей плечевого пояса и техника их выполнения.

17. Характеристика центрально-нервного фактора, влияющего на проявление скоростно-силовых способностей.

18. Базовые упражнения для мышц-сгибателей плечевого пояса и техника их выполнения.

19. Характеристика мышечных факторов, влияющих на проявление скоростно-силовых способностей.

20. Базовые упражнения для мышц-разгибателей нижних конечностей и техника их выполнения.

21. Локальные упражнения для мышц-разгибателей нижних конечностей и техника их выполнения.

22. Характеристика энергетических факторов, влияющих на проявление скоростно-силовых способностей.

23. Характеристика психолого-педагогических факторов, влияющих на проявление скоростно-силовых способностей.

24. Локальные упражнения для мышц-разгибателей туловища и техника их выполнения.

25. Характеристика гигиенических факторов, влияющих на проявление скоростно-силовых способностей.

26. Локальные упражнения для мышц-сгибателей туловища и техника их выполнения.

27. Локальные упражнения для мышц-разгибателей плечевого пояса и техника их выполнения.

28. Локальные упражнения для мышц-сгибателей плечевого пояса и техника их выполнения.

29. Локальные упражнения для мышц-сгибателей нижних конечностей и техника их выполнения.

30. Техника выполнения соревновательных упражнений в пауэрлифтинге.

31. Применение комплексов упражнений с гантелями в оздоровительных целях.

32. Применение комплексов упражнений на тренажёрах в оздоровительных целях.

33. Применение комплексов упражнений с гириями в оздоровительных целях.

34. Применение комплексов упражнений скоростно-силового характера с весом собственного тела и подручных средств в оздоровительных целях.

35. Правила использования и обслуживания тренировочного и соревновательного инвентаря и оборудования в тяжелоатлетических видах спорта.

36. Основные приемы страховки и само страховки при работе со свободными отягощениями.

37. Основные приемы страховки и само страховки при работе на тренажерных устройствах.

38. Типичные травмы при занятиях силовой подготовкой.

39. Профилактика травм при занятиях силовой подготовкой.

40. Особенности занятий силовой подготовкой с различным контингентом занимающихся.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Виноградов, Г.П. Атлетизм: теория и методика, технология спортивной тренировки [Электронный ресурс]: учебник / И.Г. Виноградов, Г.П.

Виноградов.— М. : Спорт, 2017 .— 409 с. : ил. — ISBN 978-5-906839-30-5
.— <https://lib.rucont.ru/efd/641135/info>

2.Воложанин, С. Е. Повышение уровня физической подготовленности студентов вуза средствами атлетизма / С. Е. Воложанин .— Улан-Удэ : БГУ, 2007 .— 237 с. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/207664>

б) Дополнительная литература:

3.Громов, В.А. Пауэрлифтинг : метод. рекомендации по самостоят. изучению дисциплины / В.А. Громов .— Москва : РГУФКСМиТ, 2015 .— 24 с. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/586385>

4.Терминология атлетических упражнений в бодибилдинге : [учеб.-метод. пособие] / Д.В. Ибель .— Москва : Олимпия Пресс, 2006 .— 81 с. — (Библиотечка тренера) .— ISBN 5-94299-070-0-- .— URL: <https://lib.rucont.ru/efd/641332>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

a.<http://www.minsport.gov.ru> – Министерство спорта РФ

b.www.rfwf.ru – сайт Федерации тяжелой атлетики России

c.www.fpr-info.ru - информационный сайт ФПР

d.www.vfgs.ru – Всероссийская федерация гиревого спорта

e.www.fbbr.org/ - Федерация бодибилдинга России

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– Программное обеспечение дисциплины (модуля):

1)*Операционная система – Microsoft Windows 10;*

2)*Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*

3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;

4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

- **современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

Электронные библиотечные системы:

1) Электронная библиотечная система «Руко́нт» (lib.rucont.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

- [Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)
- [Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru/\).](https://emir.gov.ru/)
- [Федерация тяжелой атлетики России \(https://rfwf.ru/\).](https://rfwf.ru/)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

- [Информационный портал «Информио» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)
- [Федерация тяжелой атлетики России. База данных членов сборной команды России \(https://rfwf.ru/team/\).](https://rfwf.ru/team/)
- [Федерация тяжелой атлетики России. База данных нормативных документов \(https://rfwf.ru/federation/docs/\).](https://rfwf.ru/federation/docs/)
- [Международная федерация тяжелой атлетики. База данных результатов соревнований \(https://iwf.sport/results/results-by-events/\).](https://iwf.sport/results/results-by-events/)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Учебная аудитория №47 для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, ученической доской, включающая специализированное оборудование: проектор, экран, персональные компьютеры с выходом в сеть Internet и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РУС «ГЦОЛИФК».

Спортивный зал №42 СК, включающий специализированное спортивное оборудование (тяжелоатлетические помосты, гимнастические стенки, стойки, турники) и инвентарь: свободные отягощения – тяжелоатлетические грифы (мужские и женские) и грифы для пауэрлифтинга с набором дисков, гантели разной массы, гири, имитационные снаряды, стойки и скамьи тяжелоатлетические; тренажеры и грузоблочные устройства для тренировки отдельных мышечных групп; вспомогательный инвентарь – плиты тяжелоатлетические, гимнастические скамейки, гимнастические козлы, лямки тренировочные, пояса тяжелоатлетические, магнезия и др.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА
по дисциплине «Тяжелоатлетические виды спорта» для обучающихся
Гуманитарного института по направлению 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью, профилю «Спортивная реклама и PR».

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: ТиМ ТАВС им. А.С. Медведева.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 5 семестр для очной формы обучения

Форма промежуточной аттестации: *зачёт*.

**II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ**

очная форма обучения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)¹	Максимальн. кол-во баллов
<i>1</i>	Сдача контрольных нормативов: «Техника тяжелоатлетических упражнений» Рывок/толчок	<i>В течение курса обучения</i>	<i>15</i>
<i>2</i>	Сдача контрольных нормативов: «Техника тяжелоатлетических упражнений» Приседания, жим, тяга	<i>В течение курса обучения</i>	<i>15</i>
<i>3</i>	Сдача контрольных нормативов: «Техника тяжелоатлетических упражнений» Гиревой спорт	<i>В течение курса обучения</i>	<i>15</i>
<i>4</i>	Сдача контрольных нормативов: «Техника тяжелоатлетических упражнений» Бодибилдинг	<i>В течение курса обучения</i>	<i>15</i>
<i>5</i>	Тестирование по теме «Основы тяжелоатлетических видов спорта»	<i>В течение курса обучения</i>	<i>10</i>
<i>6</i>	Посещение учебных занятий	<i>За весь семестр</i>	<i>10 (1/1)</i>
	<i>Зачёт</i>		<i>20</i>
	ИТОГО		100 баллов

¹ Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Написание реферата по теме «Название»*	15
2	Презентация к реферату по теме «Название»*	10

*Примерные темы рефератов

1. Характеристика тяжелоатлетических видов спорта (тяжёлая атлетика, пауэрлифтинг, бодибилдинг, гиревой спорт) и их прикладное значение.
2. Факторы, влияющие на проявление силовых способностей.
3. Методы воспитания скоростно-силовых способностей.
4. Развитие выносливости с использованием отягощений.
5. Развитие гибкости с использованием отягощений.
6. Физическая подготовка с использованием средств тяжелоатлетических видов спорта.

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

–Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

**Кафедра Теории и методики тяжелоатлетических видов спорта
им. А.С. Медведева**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «ТЯЖЕЛОАТЛЕТИЧЕСКИЕ ВИДЫ
СПОРТА»**

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля): 54 академических часов

2. Семестр освоения дисциплины (модуля): 5

3. Цель освоения дисциплины (модуля): Целью освоения элективной дисциплины по физической культуре и спорту (Тяжелоатлетические виды спорта) является поддержание должного уровня физической подготовленности студента для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности средствами тяжелоатлетических видов спорта. Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю): Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7).

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения
1	2	3
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</i>	5
УК-7.1.	Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности	5
УК-7.2.	Знает правила эксплуатации спортивного инвентаря	5
УК-7.4.	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта	5
УК-7.6.	Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности	5
УК-7.7.	Умеет пользоваться спортивным инвентарем и оборудованием и обнаруживать их неисправности	5
УК-7.8.	Соблюдает правила техники безопасности при выполнении физических упражнений	5
УК-7.9.	Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности	5
УК-7.10.	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов	5

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 56 академических часов.

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	1. Организация и построение тренировочного процесса средствами тяжелоатлетических видов спорта	5					
2	1.1. Организация и построение тренировочного процесса средствами тяжелой атлетики	5		8	12		
3	1.2. Организация и построение тренировочного процесса средствами пауэрлифтинга	5		4	6		
4	1.3. Организация и построение тренировочного процесса средствами гиревого спорта	5		4	6		
5	1.4. Организация и построение тренировочного процесса с использованием тренажерных устройств	5		2	6		
6	1.5. Организация и построение тренировочного процесса на основе упражнений с собственным весом тела	5		2	6		
Итого часов: 56			-	20	36		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра «Теории и методики футбола»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Футбол»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «23» сентября 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
теории и методики футбола
Протокол № 4 от «4» октября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Составитель:

Лексаков Андрей Владимирович – к.п.н., профессор заведующий кафедрой
«Теории и методики футбола» ФГБОУ ВО «РУС «ГЦОЛИФК»,

Шалыгин Денис Александрович - старший преподаватель кафедры «Теории и
методики футбола» ФГБОУ ВО «РУС «ГЦОЛИФК»,

Колышкина Екатерина Олеговна - преподаватель кафедры «Теории и методики
футбола» ФГБОУ ВО «РУС «ГЦОЛИФК».

1. Цель освоения дисциплины (модуля) «Футбол»:

Целями освоения дисциплины (модуля) «Футбол» являются: ознакомление студентов с основами футбола как вида спорта, обеспечение прочного и сознательного овладения ими педагогическими знаниями, а также формирование готовности к профессиональной педагогической деятельности в сфере физической культуры и спорта. Основное внимание в процессе преподавания дисциплины направлено на усвоение студентами методики обучения и организации учебных занятий по футболу с различным возрастом, контингентом, уровнем подготовленности занимающихся в средних общеобразовательных школах, колледжах, спортивных секциях, учреждениях спортивно-оздоровительной направленности. Дисциплина преподается и изучается на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) «Футбол» в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Футбол» относится к базовому циклу ООП. Она занимает важное место в подготовке бакалавров по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» в рамках этого цикла и является интегративной дисциплиной, объединяющей в себе информационно-гностические компоненты таких учебных предметов как: основы теории физической культуры, педагогики, психологии, анатомии, физиологии, биохимии, биомеханики, спортивной медицины, спортивной гигиены. Строится на основе и с учётом их современных концепций, а также широко использует их понятийный аппарат. Дисциплина преподается и изучается на русском языке.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «Футбол», соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</i>	6
УК-7.1	Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности;	
УК-7.4	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;	
УК-7.10	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Футбол»

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **56 академических часов**.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	История возникновения и развития игры в футбол	6		2			
1.1	История возникновения и развития Международного футбола. Основные вехи развития	6		1			

1.2	История возникновения и развития Отечественного футбола. Основные вехи развития	6		1			
2	Методика судейства. Правила игры в футбол	6		4	16		
3	Техника игры в футбол	6		14	20		
3.1	Техника игры	6		4	6		
3.2	Основы методики обучения и совершенствования техники	6		6	8		
3.3	Средства и методы технической подготовки футболистов	6		4	6		
Итого часов: 56				20	36		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) «Футбол»

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) «Футбол» (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля) «Футбол»)

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Футбол»

1. Знание основных вопросов теоретического курса программы (см. «Примерный перечень вопросов»).

2. Сдача нормативов по технике футбола (см. «Нормативы по технической подготовке»).

3. Выполнение самостоятельных работ (см. «Примерный перечень тем рефератов»).

При выполнении пунктов 1, 2 и 3 итоговая оценка - «зачёт».

Практические нормативы по технической подготовке:

Норматив 1. Введение мяча с изменением направления

Студент располагается на линии старта с мячом в ногах. После того как он начинает движение (ведение мяча), преподаватель включает секундомер и

засекает время. Необходимо обвести 5 конусов на расстоянии 5 м друг от друга и остановить мяч на линии финиша. Время фиксируется после полной остановки мяча на линии финиша.

Оценка: «зачет» - 9,5 сек

Норматив 2. Удар в ворота

С расстояния 16 м выполняется подряд пять ударов в мини-футбольные ворота (2х3 м) по неподвижному мячу. Следует попасть в ворота верхом (мяч пересек линию ворот между штангами и перекладиной полностью по воздуху).

Оценка: «зачёт» - не менее трёх точных попаданий из 5 ударов.

Норматив 3. Жонглирование мячом

Норматив выполняется в ограниченном пространстве квадрате 5х5 м. Мяч подбрасывается руками, после чего по нему производится удар в воздух ногой через себя, студент в это время разворачивается на 180 градусов. После касания мячом земли студент производит удар по мячу другой ногой, опять посылая его в воздух через себя с разворотом при этом на 180 градусов.

Оценка: «зачёт» - не менее 12 раз подряд.

Темы рефератов

- 1) «Развитие футбола с 1863 года до наших дней»
- 2) «Развитие и становление футбола в Российской империи и СССР»
- 3) «Развитие и становление футбола в Российской Федерации»
- 4) «Массовые соревнования по футболу: организация и особенности проведения»
- 5) «Особенности методики судейства массовых соревнований по футболу»
- 6) «Техника владения мячом: характеристика одного из приёмов остановки мяча (по выбору)»
- 7) «Техника владения мячом: характеристика одного из способов удара по мячу ногой (по выбору)»

- 8) «Техника владения мячом: характеристика одного из способов удара по мячу головой (по выбору)»
- 9) «Методические основы технической подготовки футболистов»
- 10) «Методика начального обучения техники владения мячом»
- 11) «Особенности технической подготовки вратаря»
- 12) «Методика начального обучения техники передвижения»

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Сведения об играх с мячом у различных народов в древнем мире и в средние века
2. Развитие футбола в Англии с середины XIX века до образования ФИФА
3. Основные этапы развития футбола в СССР и России. Международные встречи российских команд. Участие в Олимпийских Играх, в Чемпионатах Мира и Европы
4. Виды соревнований. Положение о соревнованиях, его значение и содержание
5. Системы розыгрыша. Характеристика систем. Способы составления расписания игр и определение мест в розыгрыше
6. Правила игры в футбол: их влияние на характер и содержание игры
7. Изложение основных положений из разделов правил игры
8. Роль и значение судьи. Руководство игрой. Обязанности судьи.
Взаимодействие главного судьи с помощниками, судьями на линии и резервным судьей
9. Понятие о технике. Классификация техники
10. Техника передвижений и техника владения мячом
11. Виды ударов по мячу
12. Средства и методы технической подготовки футболистов

13. Последовательность обучения основным техническим приемам владения мячом
14. Обучение технике передвижений
15. Средства и методы тактической подготовки
16. Значение тактики и ее взаимосвязь с другими компонентами игры. Виды тактики в футболе
17. Средства и методы тактической подготовки
18. Характеристика физических качеств футболистов
19. Структура специальной физической подготовленности футболиста
20. Средства и методы специальной физической подготовки футболиста

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля) «Футбол»

а) Основная литература:

Губа, В.П. Теория и методика футбола : учебник / А.В. Лексаков; В.П. Губа .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Спорт, 2018 .— 624 с.

<https://lib.rucont.ru/efd/641327>

б) Дополнительная литература:

Осипов, С.В. Футбол: история, теория и методика обучения : [учеб. пособие] / Е.В. Мудриевская; Омский гос. технич. ун-т; С.В. Осипов .— Москва : Советский спорт, 2021 .— 93 с.

<https://lib.rucont.ru/efd/744433>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 1.<http://www.edu.ru/> – «Российское образование» – федеральный портал.
- 2.<http://www.uefa.com/> - Сайт Европейского футбольного союза.
- 3.<http://минобрнауки.рф/> – сайт Министерства образования и науки Российской Федерации.

4. <http://minstm.gov.ru/> – сайт Министерства спорта Российской Федерации.
5. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru/>.
6. Реестр примерных основных программ Министерства образования и науки Российской Федерации <http://fgosreestr.ru/>.
7. Реестр профстандартов Минтруда РФ <http://profstandart.rosmintrud.ru/>.
8. Whoscored – статистика <https://ru.whoscored.com/statistics>
9. RuStat <https://football.rustatsport.ru>

*г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:
– программное обеспечение дисциплины:*

- 1) Операционная система – Microsoft Windows 10;*
- 2) Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;*
- 3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;*
- 4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ. – современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Электронная библиотечная система «Рукопонт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\)](http://informio.ru).

[Единый методический информационный ресурс. Официальный ресурс Министерства спорта Российской Федерации \(https://emir.gov.ru\)](https://emir.gov.ru).

[Российский футбольный союз \(https://rfs.ru/\)](https://rfs.ru/)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Российский футбольный союз. База данных нормативных документов \(https://rfs.ru/subject/1/documents\)](https://rfs.ru/subject/1/documents)

[Международная федерация футбола. База данных международных соревнований и команд \(https://www.fifa.com/fifaplus/en/match-centre?date=2023-12-20&sortBy=Popular\)](https://www.fifa.com/fifaplus/en/match-centre?date=2023-12-20&sortBy=Popular)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) «Футбол»:

1.Мультимедийные классы, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.

2.Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской

3.Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети Internet и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

4. Футбольный зал.

5. Оборудование для проведения методических и самостоятельных занятий:

- Видеопроектор -3
- Ноутбук – 3
- Принтер – 3
- Сканер -1
- Копировальный аппарат Canon - 1.
- Стационарный компьютер - 5
- Телевизор - 1

6. Спортивный инвентарь и оборудование:

- мини-футбольные ворота
- гимнастические лавочки
- электронное табло
- футбольные мячи
- манишки
- фишки
- конусы
- стойки

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Футбол» для обучающихся гуманитарного института 3 курса, направления подготовки/ специальности 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR» очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: «ТиМ футбола»

Сроки изучения дисциплины (модуля) «Футбол»: 6 семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачёт*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Посещение занятий	В течение семестра	20
2	Выполнение практического задания №1: «Удар в ворота»	В течение семестра	5
3	Выполнение практического задания №2: «Ведение мяча с изменением направления»	В течение семестра	5
4	Выполнение практического задания №3: «Жонглирование мячом»	В течение семестра	5
5	Тест по теме «Методика судейства и правила игры в футбол»	В течение семестра	10
6	Написание и защита реферата по теме «История развития футбола»	В течение семестра	15
7	Деловая игра «Методика судейства»	В течение семестра	15
8	Письменный опрос «История развития игры»		5
	Зачёт		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимально е кол-во баллов
1	Контрольная работа по разделу «Правила игры в футбол»	5
2	Подготовка доклада «Международный футбол»	10
3	Написание реферата по теме «Методика обучения техническим приемам игры в футбол»	10
4	Написание реферата по теме «Основные вехи развития Отечественного футбола»	15
5	Презентация по теме «Футбол в системе физического воспитания»	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»



Тренерский факультет

Кафедра «Теории и методики футбола»

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«Элективные дисциплины
по физической культуре и спорту «Футбол»**

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2024 г.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 1,5 зачетные единицы, 56 академических часов.

1. Семестр освоения дисциплины (модуля) «Футбол»: 6 семестр.

2. Целью освоения дисциплины (модуля) «Футбол» являются: ознакомление студентов с основами футбола как вида спорта, обеспечение прочного и сознательного овладения ими педагогическими знаниями, а также формирование готовности к профессиональной педагогической деятельности в сфере физической культуры и спорта. Основное внимание в процессе преподавания дисциплины направлено на усвоение студентами методики обучения и организации учебных занятий по футболу с различным возрастом, контингентом, уровнем подготовленности занимающихся в средних общеобразовательных школах, колледжах, спортивных секциях, учреждениях спортивно-оздоровительной направленности. Дисциплина преподается и изучается на русском языке.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «Футбол», соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	
УК-7	<i>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</i>	6
УК-7.1	Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности;	
УК-7.4	Обладает знаниями о технике двигательных действий базовых видов спорта;	
УК-7.10	Владеет техникой основных двигательных действий базовых видов спорта на уровне выполнения контрольных нормативов.	

4. Краткое содержание дисциплины (модуля) «Футбол»

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **56 академических часов**.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	История возникновения и развития игры в футбол	6		2			
1.1	История возникновения и развития Международного футбола. Основные вехи развития	6		1			
1.2	История возникновения и развития Отечественного футбола. Основные вехи развития	6		1			
2	Методика судейства. Правила игры в футбол	6		4	16		
3	Техника игры в футбол	6		14	20		
3.1	Техника игры	6		4	6		
3.2	Основы методики обучения и совершенствования техники	6		6	8		
3.3	Средства и методы технической подготовки футболистов	6		4	6		
Итого часов: 56				20	36		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и
туризма (ГЦОЛИФК)»



Институт спорта и физического воспитания

**Кафедра Теории и методики компьютерного спорта и прикладных
компьютерных технологий**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«ФТД.В.01 Использование электронной информационно-
образовательной среды РГУФКСМиТ»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): *Спортивная реклама и PR*

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2022 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «27» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ТиМ компьютерного спорта и
прикладных компьютерных технологий
(наименование)
Протокол № 10 от «27» июня 2019 г.

Составители:

Проректор по учебно-методической работе Павлов Е.А., кандидат
педагогических наук, доцент

Начальник Учебно-методического управления Романенко А.Ю., кандидат
педагогических наук

Рецензент:

Директор НИИ спорта и спортивной медицины Левушкин С.П., доктор
биологических наук, профессор

1.Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) **«Использование электронной информационно-образовательной среды РГУФКСМиТ»** является включение обучающихся в информационно-образовательную среду РГУФКСМиТ, содействие формированию образовательной траектории обучающихся, их участие в содержании своего профессионального образования.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2.Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина (модуль) **«Использование электронной информационно-образовательной среды РГУФКСМиТ»** относится к Блоку факультативных дисциплин и реализуется вне объема основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы) (далее – ООП (ОПОП), определяемой федеральным государственным образовательным стандартом.

Дисциплина (модуль) **«Использование электронной информационно-образовательной среды РГУФКСМиТ»** реализуемая в начале процесса освоения обучающимися ООП (ОПОП) и используется в качестве основы для изучения дисциплин (модулей), практик 1-го и последующих семестров.

Итоговая оценка уровня сформированности компетенций, освоенных при изучении дисциплины (модуля) **«Использование электронной информационно-образовательной среды РГУФКСМиТ»** проводится в рамках процедуры государственной итоговой аттестации.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Уровень образования: *бакалавриат*

Направление подготовки		Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этапы формирования компетенции (номер семестра)	
			Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
42.03.01	Реклама и связи с общественностью	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	1	1
		УК-2.1	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	1	1

		УК-2.2	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	1	1
		УК-2.3	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	1	1

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 1 зачетную единицу, 36 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Организационно-управленческие основы учебно-воспитательного процесса в РГУФКСМиТ	1	1	1	6		
2	Тема 2. Формирование индивидуальной образовательной траектории обучающегося, в том числе с использованием учебно-научных структурных подразделений РГУФКСМиТ	1		1	8		
3	Тема 3. Использование электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем обучающимися и преподавателями в РГУФКСМиТ. Ведение личного кабинета обучающегося	1		1	8		
4	Тема 4. Функционирование современных профессиональных баз данных, в том числе	1	1	1	8		

	электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) РГУФКСМиТ						
Итого часов: 36			2	4	30		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Организационно-управленческие основы учебно-воспитательного процесса в РГУФКСМиТ	1	1	0,5	10		
2	Тема 2. Формирование индивидуальной образовательной траектории обучающегося, в том числе с использованием учебно-научных структурных подразделений РГУФКСМиТ	1	1		8		
3	Тема 3. Использование электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем обучающимися и преподавателями в РГУФКСМиТ. Ведение личного кабинета обучающегося	1	0,5	1	6		
4	Тема 4. Функционирование современных профессиональных баз данных, в том числе электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) РГУФКСМиТ	1	1,5	0,5	6		
Итого часов: 36			4	2	30		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

При проведении промежуточной аттестации используется следующее оценочное средство - проведение собеседования по заданным вопросам.

Перечень вопросов для проведения собеседования с обучающимися:

1. Основные правила внутреннего порядка обучающихся РГУФКСМиТ.
2. Содержание основных локальных нормативных актов РГУФКСМиТ, регламентирующих образовательный процесс.
3. Возможности материально-технической, электронно-информационной и исследовательской баз РГУФКСМиТ.
4. Основные компоненты образовательной программы, которую предстоит освоить в процессе обучения в РГУФКСМиТ.
5. Ведение личного кабинета обучающегося. Портфолио обучающегося.
6. Построение индивидуальной образовательной (образовательно-исследовательской) траектории обучающегося (на собственном примере).
7. Перспективы развития обучающегося в рамках мероприятий и деятельности, осуществляемых в РГУФКСМиТ.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Куприянов, Д. В. Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для вузов / Д. В. Куприянов. — Москва : Юрайт, 2023. — 255 с. <https://urait.ru/bcode/511976>
2. Киселев, Г. М. Информационные технологии в педагогическом образовании : учебник / Г. М. Киселев, Р. В. Бочкова. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 304 с. : ил. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684291>

б) Дополнительная литература:

1. Технологии электронного обучения в высшей школе [Электронный ресурс] / С.Ф. Шляпина // Сибирский учитель .— 2016 .— №3 .— С. 12-15 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/501494>.
2. СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТРАЕКТОРИЙ СТУДЕНТОВ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ [Электронный ресурс] / Н.Ю. Шапошникова // Наука о человеке: гуманитарные исследования. .— 2016 .— №2(24) .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/452298>.
3. СУЩНОСТЬ ДЕФИНИЦИИ «ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ТРАЕКТОРИЯ» ОБУЧАЮЩЕГОСЯ [Электронный ресурс] / Кудрина, Шефер // Педагогическая диагностика .— 2017 .— №1 .— С. 62-66 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/613039>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

<http://lib.sportedu.ru/> - Электронная библиотечная система Центральной отраслевой библиотеки по физической культуре и спорту

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

- 1) Операционная система – Microsoft Windows 10;
- 2) Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
- 3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- 4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\).](http://lib.rucont.ru)
- 2) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)
- 3) ЭБС "ЮРАЙТ". ЭБС "Университетская библиотека онлайн" <https://urait.ru/>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Портал Федеральных государственных образовательных стандартов – информационная система \(fgos.ru\)](http://fgos.ru)

[Реестр примерных основных образовательных программ СПО – информационная система \(reestrspo.firpo.ru\)](http://reestrspo.firpo.ru)

[Реестр профстандартов Минтруда РФ – информационная система \(profstandart.rosmintrud.ru\)](http://profstandart.rosmintrud.ru)

[Федеральный портал Российское образование – информационная система \(edu.ru\)](http://edu.ru)

[Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система \(garant.ru\)](http://garant.ru)

Министерство Спорта РФ. Новости <https://www.minsport.gov.ru/press-center/news/?category=news>

Министерство науки и высшего образования РФ. Новости. <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/>

Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» <https://gtsolifk.ru/>

ЭИОС «ГЦОЛИФК» <https://lms.sportedu.ru/>

Личный кабинет студента <https://webpr.sportedu.ru/user/sign-in/login?referrer=%2Fsite%2Findex>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных (insportexpo.com)

Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных (minsport.gov.ru)

Антидопинговое обеспечение – профессиональная база данных (minsport.gov.ru)

Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных (sportrf.gov.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet для проведения занятий лекционного типа.
2. Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, специализированное оборудование: проектор, экран, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для занятий семинарского типа и самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Использование электронной информационно-образовательной среды РГУФКСМиТ» для обучающихся 1 курса по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю Спортивная реклама и PR очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Теории и методики компьютерного спорта и прикладных компьютерных технологий.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 1 семестр.

Форма промежуточной аттестации: *зачёт*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение практического задания № 1 по теме: «Ведение личного кабинета»	2 - 3 неделя	40
2	Выполнение практического задания № 2 по теме: «Использование электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем»	3 неделя	40
3	Выполнение практического задания № 3 по теме: «Функционирование современных профессиональных баз данных»	4 неделя	10
	<i>Зачёт</i>		10
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение практического задания по теме: «Ведение личного кабинета» в части заполнения Портфолио обучающегося	20

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной

образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и
туризма (ГЦОЛИФК)»



Институт спорта и физического воспитания

**Кафедра Теории и методики компьютерного спорта и прикладных
компьютерных технологий**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«ФТД.В.01 Использование электронной информационно-образовательной
среды РГУФКСМиТ»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): *Спортивная реклама и PR*

Уровень образования: *бакалавриат*

Год набора 2022 г.

Москва – 2018 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 1 зачетную единицу.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 1 семестр.

3.Цель освоения дисциплины (модуля): включение обучающихся в информационно-образовательную среду РГУФКСМиТ, содействие формированию образовательной траектории обучающихся, их участию в содержании своего профессионального образования.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Уровень образования: бакалавриат

Направление подготовки	Код компетенции	Наименование компетенции
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

5.Краткое содержание дисциплины (модуля):

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Организационно-управленческие основы учебно-воспитательного процесса в РГУФКСМиТ	1	1	1	6		
2	Тема 2. Формирование индивидуальной образовательной траектории обучающегося, в том числе с использованием учебно-научных структурных подразделений РГУФКСМиТ	1		1	8		
3	Тема 3. Использование электронной информационно-образовательной среды,	1		1	8		

	информационно-справочных систем обучающимися и преподавателями в РГУФКСМиТ. Ведение личного кабинета обучающегося						
4	Тема 4. Функционирование современных профессиональных баз данных, в том числе электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) РГУФКСМиТ	1	1	1	8		
Итого часов: 36			2	4	30		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Организационно-управленческие основы учебно-воспитательного процесса в РГУФКСМиТ	1	1	0,5	10		
2	Тема 2. Формирование индивидуальной образовательной траектории обучающегося, в том числе с использованием учебно-научных структурных подразделений РГУФКСМиТ	1	1		8		
3	Тема 3. Использование электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем обучающимися и преподавателями в РГУФКСМиТ. Ведение личного кабинета обучающегося	1	0,5	1	6		
4	Тема 4. Функционирование современных профессиональных баз данных, в том числе электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) РГУФКСМиТ	1	1,5	0,5	6		
Итого часов: 36			4	2	30		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и
туризма (ГЦОЛИФК)»



Институт спорта и физического воспитания

**Кафедра Теории и методики компьютерного спорта и прикладных
компьютерных технологий**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«ФТД.В.01 Использование электронной информационно-
образовательной среды РУС «ГЦОЛИФК»»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): *Спортивная реклама и PR*

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спорта и физического воспитания
Протокол № 1 от «27» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ТиМ компьютерного спорта и
прикладных компьютерных технологий
(наименование)
Протокол № 10 от «27» июня 2019 г.

Составители:

Проректор по учебно-методической работе Павлов Е.А., кандидат
педагогических наук, доцент

Начальник Учебно-методического управления Романенко А.Ю., кандидат
педагогических наук

Рецензент:

Директор НИИ спорта и спортивной медицины Левушкин С.П., доктор
биологических наук, профессор

1.Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) **«Использование электронной информационно-образовательной среды РУС «ГЦОЛИФК»** является включение обучающихся в информационно-образовательную среду РУС «ГЦОЛИФК», содействие формированию образовательной траектории обучающихся, их участие в содержании своего профессионального образования.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2.Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина (модуль) **«Использование электронной информационно-образовательной среды РУС «ГЦОЛИФК»** относится к Блоку факультативных дисциплин и реализуется вне объема основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы) (далее – ООП (ОПОП), определяемой федеральным государственным образовательным стандартом.

Дисциплина (модуль) **«Использование электронной информационно-образовательной среды РУС «ГЦОЛИФК»** реализуемая в начале процесса освоения обучающимися ООП (ОПОП) и используется в качестве основы для изучения дисциплин (модулей), практик 1-го и последующих семестров.

Итоговая оценка уровня сформированности компетенций, освоенных при изучении дисциплины (модуля) **«Использование электронной информационно-образовательной среды»** проводится в рамках процедуры государственной итоговой аттестации.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Уровень образования: *бакалавриат*

Направление подготовки		Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этапы формирования компетенции (номер семестра)	
			Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
42.03.01	Реклама и связи с общественностью	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	1	1
		УК-2.1	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	1	1
		УК-2.2	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения,	1	1

			<i>анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</i>		
		УК-2.3	<i>Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений</i>	1	1

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 1 зачетную единицу, 36 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Организационно-управленческие основы учебно-воспитательного процесса в РУС «ГЦОЛИФК»	1	1	1	6		
2	Тема 2. Формирование индивидуальной образовательной траектории обучающегося, в том числе с использованием учебно-научных структурных подразделений РУС «ГЦОЛИФК»	1		1	8		
3	Тема 3. Использование электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем обучающимися и преподавателями в РУС «ГЦОЛИФК». Ведение личного кабинета обучающегося	1		1	8		
4	Тема 4. Функционирование современных профессиональных баз данных, в том числе электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) РУС «ГЦОЛИФК»	1	1	1	8		
Итого часов: 36			2	4	30		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Организационно-управленческие основы учебно-воспитательного процесса в РУС «ГЦОЛИФК»	1	1	0,5	10		
2	Тема 2. Формирование индивидуальной образовательной траектории обучающегося, в том числе с использованием учебно-научных структурных подразделений РУС «ГЦОЛИФК»	1	1		8		
3	Тема 3. Использование электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем обучающимися и преподавателями в РУС «ГЦОЛИФК». Ведение личного кабинета обучающегося	1	0,5	1	6		
4	Тема 4. Функционирование современных профессиональных баз данных, в том числе электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) РУС «ГЦОЛИФК»	1	1,5	0,5	6		
Итого часов: 36			4	2	30		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

При проведении промежуточной аттестации используется следующее оценочное средство - проведение собеседования по заданным вопросам.

Перечень вопросов для проведения собеседования с обучающимися:

1. Основные правила внутреннего порядка обучающихся РУС «ГЦОЛИФК».
2. Содержание основных локальных нормативных актов РУС «ГЦОЛИФК», регламентирующих образовательный процесс.
3. Возможности материально-технической, электронно-информационной и исследовательской баз РУС «ГЦОЛИФК».
4. Основные компоненты образовательной программы, которую предстоит освоить в процессе обучения в РУС «ГЦОЛИФК».
5. Ведение личного кабинета обучающегося. Портфолио обучающегося.
6. Построение индивидуальной образовательной (образовательно-исследовательской) траектории обучающегося (на собственном примере).
7. Перспективы развития обучающегося в рамках мероприятий и деятельности, осуществляемых в РУС «ГЦОЛИФК».

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Куприянов, Д. В. Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для вузов / Д. В. Куприянов. — Москва : Юрайт, 2023. — 255 с. <https://urait.ru/bcode/511976>
2. Киселев, Г. М. Информационные технологии в педагогическом образовании : учебник / Г. М. Киселев, Р. В. Бочкова. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2021. — 304 с. : ил. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684291>

б) Дополнительная литература:

1. Технологии электронного обучения в высшей школе [Электронный ресурс] / С.Ф. Шляпина // Сибирский учитель .— 2016 .— №3 .— С. 12-15 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/501494>.
2. СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТРАЕКТОРИЙ СТУДЕНТОВ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ [Электронный ресурс] / Н.Ю. Шапошникова // Наука о человеке: гуманитарные исследования. .— 2016 .— №2(24) .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/452298>.
3. СУЩНОСТЬ ДЕФИНИЦИИ «ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ТРАЕКТОРИЯ» ОБУЧАЮЩЕГОСЯ [Электронный ресурс] / Кудрина, Шефер // Педагогическая диагностика .— 2017 .— №1 .— С. 62-66 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/613039>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

<http://lib.sportedu.ru/> - Электронная библиотечная система Центральной отраслевой библиотеки по физической культуре и спорту

г) **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:**

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

- 1) Операционная система – Microsoft Windows 10;
- 2) Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
- 3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- 4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Электронная библиотечная система «Руконт» \(lib.rucont.ru\).](http://lib.rucont.ru)
- 2) [Университетская библиотека ONLINE \(biblioclub.ru\).](http://biblioclub.ru)
- 3) ЭБС "ЮРАЙТ". ЭБС "Университетская библиотека онлайн"

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Портал Федеральных государственных образовательных стандартов – информационная система \(fgos.ru\)](http://fgos.ru)

[Реестр примерных основных образовательных программ СПО – информационная система \(reestrspo.firpo.ru\)](http://reestrspo.firpo.ru)

[Реестр профстандартов Минтруда РФ – информационная система \(profstandart.rosmintrud.ru\)](http://profstandart.rosmintrud.ru)

[Федеральный портал Российское образование – информационная система \(edu.ru\)](http://edu.ru)

[Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия – информационно-справочная система \(garant.ru\)](http://garant.ru)

Министерство Sports РФ. Новости <https://www.minsport.gov.ru/press-center/news/?category=news>

Министерство науки и высшего образования РФ. Новости. <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/>

Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» <https://gtsolifk.ru/>

ЭИОС «ГЦОЛИФК» <https://lms.sportedu.ru/>

Личный кабинет студента <https://webpr.sportedu.ru/user/sign-in/login?referrer=%2Fsite%2Findex>

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

[Информационный портал «Информо» – информационная справочная и поисковая система \(informio.ru\).](http://informio.ru)

[Мульти-платформа In Sport – профессиональная база данных \(insportexpo.com\)](http://insportexpo.com)

Министерство спорта Российской Федерации: Деятельность физической культуры и массового спорта. Статистическая информация – профессиональная база данных (minsport.gov.ru)

[Антидопинговое обеспечение – профессиональная база данных \(minsport.gov.ru\)](http://minsport.gov.ru)

[Государственная информационная система «Спорт» – профессиональная база данных \(sportrf.gov.ru\)](http://sportrf.gov.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet для проведения занятий лекционного типа.
2. Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, специализированное оборудование: проектор, экран, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для занятий семинарского типа и самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **«Использование электронной информационно-образовательной среды РУС «ГЦОЛИФК»** для обучающихся 1 курса по направлению подготовки: *42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю Спортивная реклама и PR* очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Теории и методики компьютерного спорта и прикладных компьютерных технологий.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 1 семестр.

Форма промежуточной аттестации: *зачёт*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение практического задания № 1 по теме: «Ведение личного кабинета»	2 - 3 неделя	40
2	Выполнение практического задания № 2 по теме: «Использование электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем»	3 неделя	40
3	Выполнение практического задания № 3 по теме: «Функционирование современных профессиональных баз данных»	4 неделя	10
	<i>Зачёт</i>		10
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Выполнение практического задания по теме: «Ведение личного кабинета» в части заполнения Портфолио обучающегося	20

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и
туризма (ГЦОЛИФК)»



Институт спорта и физического воспитания

**Кафедра Теории и методики компьютерного спорта и прикладных
компьютерных технологий**

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**«ФТД.В.01 Использование электронной информационно-образовательной
среды РУС «ГЦОЛИФК»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): *Спортивная реклама и PR*

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2018 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет *1* зачетную единицу.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): *1 семестр.*

3.Цель освоения дисциплины (модуля): *включение обучающихся в информационно-образовательную среду РУС «ГЦОЛИФК», содействие формированию образовательной траектории обучающихся, их участию в содержании своего профессионального образования.*

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Уровень образования: *бакалавриат*

Направление подготовки	Код компетенции	Наименование компетенции
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

5.Краткое содержание дисциплины (модуля):

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Организационно-управленческие основы учебно-воспитательного процесса в РУС «ГЦОЛИФК»	1	1	1	6		
2	Тема 2. Формирование индивидуальной образовательной траектории обучающегося, в том числе с использованием учебно-научных структурных подразделений РУС «ГЦОЛИФК»	1		1	8		
3	Тема 3. Использование	1		1	8		

	электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем обучающимися и преподавателями в РУС «ГЦОЛИФК». Ведение личного кабинета обучающегося						
4	Тема 4. Функционирование современных профессиональных баз данных, в том числе электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) РУС «ГЦОЛИФК»	1	1	1	8		
Итого часов: 36			2	4	30		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Организационно-управленческие основы учебно-воспитательного процесса в РУС «ГЦОЛИФК»	1	1	0,5	10		
2	Тема 2. Формирование индивидуальной образовательной траектории обучающегося, в том числе с использованием учебно-научных структурных подразделений РУС «ГЦОЛИФК»	1	1		8		
3	Тема 3. Использование электронной информационно-образовательной среды, информационно-справочных систем обучающимися и преподавателями в РУС «ГЦОЛИФК». Ведение личного кабинета обучающегося	1	0,5	1	6		
4	Тема 4. Функционирование современных профессиональных баз данных, в том числе электронно-библиотечной	1	1,5	0,5	6		
	системы (электронной библиотеки) РУС «ГЦОЛИФК»						
Итого часов: 36			4	2	30		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и
туризма (ГЦОЛИФК)»



Институт туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса
Кафедра Теория и методика адаптивной физической культуры

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«ФТД.В.02 Социальная адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная и (или) заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института _____
Протокол № ____ от «__» _____ 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

(наименование)
Протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Составитель:

Кичигина О.Ю., ст преподаватель каф. ТиМ АФК

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Социальная адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» является: социально-педагогическая адаптация инвалидов и лиц с ОВЗ к особенностям учебно-педагогического процесса в РУС «ГЦОЛИФК».

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Спортивная реклама и PR. Дисциплина «Социальная адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» относится к факультативным дисциплинам.

Данная дисциплина в первую очередь направлена на социально-педагогическую адаптацию инвалидов и лиц с ОВЗ, поступивших на обучение в РУС «ГЦОЛИФК» к особенностям учебно-педагогического процесса. Дисциплина «Социальная адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» способствует освоению инвалидами материально-технических средств для их использования в учебном процессе. Так же она определяет профессиональную компетентность будущих педагогов через формирование у обучающихся понимания закономерностей и факторов физического и психического развития у лиц с отклонениями в состоянии здоровья в разные возрастные периоды.

Данная дисциплина является важнейшей основой для формирования навыков работы с лицами с отклонениями в состоянии здоровья, с учетом особенностей формирования социально-значимых личностных качеств у занимающихся. Дисциплина позволяет освоить особенности использования основных методов, приемов и средств воспитания используемых в физической культуре и спорте для лиц с инвалидностью и ОВЗ.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	форма обучения (ускоренное обучение) ¹

¹ Заполняется при наличии ускоренного обучения.

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	2	2	
УК-3.1	Знать: - функции и средства общения; - психологические особенности общения с различными категориями групп людей (по возрасту, состоянию здоровья, этническим и религиозным признакам и др.); - источники, причины и способы управления конфликтами; - методики воспитательной работы, основные принципы деятельностного подхода, виды и приемы современных педагогических технологий; - методы убеждения, аргументации своей позиции; - сущностные характеристики и типологию лидерства; - факторы эффективного лидерства лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья.	2	2	
УК-3.2	Уметь: - эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в том числе, ями и опытом, и презентации результатов работы команды; - планировать, организовывать и координировать работы в коллективе; - общаться с детьми, детьми-инвалидами, признавать их достоинство, понимая и принимая их; - управлять учебными и тренировочными группами с целью вовлечения занимающихся в процесс обучения, развития, воспитания, коррекции, компенсации и профилактики; - анализировать реальное состояние дел в учебной и тренировочной группе, поддерживать в коллективе деловую, дружелюбную атмосферу; - защищать достоинство и интересы обучающихся и спортсменов, в том числе, паралимпийцев, сурдлимпийцев, специальных олимпийцев, помогать детям, оказавшимся в конфликтной ситуации и/или неблагоприятных условиях; - использовать в практике своей работы психологические подходы: культурно-исторический, деятельностный и развивающий; - составить психолого-педагогическую	2	2	

	характеристику (профиль) личности; - устанавливать педагогически целесообразные отношения с участниками процесса физкультурно-спортивной деятельности, в том числе, с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья; - применять технологии развития лидерских качеств и умений; - применять психологические приемы: постановка цели, сочетание видов оценки, психолого-педагогическая поддержка, психотехнические упражнения, групповые нормы.			
УК-3.3.	Владеть: - решением образовательных, воспитательных, развивающих, коррекционных, компенсаторных и профилактических задач в процессе физкультурно-спортивной деятельности	2	2	

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, _____72_____ академических часа.

_____ очная _ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	РАЗДЕЛ 1. Социально-педагогическая адаптация лиц с ОВЗ	2	4	8	12		
2	Тема 1. Особенности психофизиологического развития различных нозологических групп. Анализ коммуникативных навыков.	2	2	4	6		
3	Тема 2. Методики, используемые для выявления и коррекции психологических особенностей и нарушений социальных навыков у лиц с ОВЗ	2	2	4	6		

4	РАЗДЕЛ 2. Использование материально-технических средств в учебном процессе	2	6	12	18		
5	Тема 3. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением зрения	2	4	6	6		
6	Тема 4. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением слуха.	2		4	6		
7	Тема 5. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата.	2	2	2	6		
8	РАЗДЕЛ 3. АФВ как средство восстановления учебной работоспособности.	2	2	4	6		
9	Тема 6. Принципы построения физкультурпауз для различных нозологических групп.	2	2	4	6		
Итого часов: 72			12	24	36		Зачёт

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	РАЗДЕЛ 1. Социально-педагогическая адаптация лиц с ОВЗ	2	2	2	20		
2	Тема 1. Особенности психофизиологического развития различных нозологических групп. Анализ коммуникативных навыков.	2	2		10		
3	Тема 2. Методики, используемые для выявления и коррекции психологических особенностей и нарушений социальных навыков у лиц с ОВЗ	2		2	10		
4	РАЗДЕЛ 2. Использование материально-технических средств в учебном процессе	2			36		
5	Тема 3. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением зрения.	2			12		
6	Тема 4. Использование материально-	2			12		

	технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением слуха.						
7	Тема 5. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата.	2			12		
8	РАЗДЕЛ 3. Адаптивная физическая культура как средство восстановления учебной работоспособности.	2		2	10		
9	Тема 6. Принципы построения физкультурпауз для различных нозологических групп.	2		2	10		
Итого часов: 72			2	4	66		Зачёт

На каждую форму обучения, в том числе при ускоренном обучении, заполняется отдельная таблица.

*В графу **Форма промежуточной аттестации (по семестрам)** вносятся формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом, в том числе наличие курсовых работ.*

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)).

1. Проектное моделирование ситуативной задачи для избранной нозологической группы в рамках изучаемой дисциплины.

2. Контрольная работа на тему «Пути решения проблемы социальной адаптации детей с ОВЗ в инклюзивном образовании (дошкольное/ школьное).

5.2. Перечень оценочных средств (вопросы к зачёту) для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

1. Психолого-педагогическая характеристика лиц с нарушениями зрения.
2. Психолого-педагогическая характеристика лиц с нарушениями слуха.
3. Психолого-педагогическая характеристика лиц с ПОДА.
4. Психолого-педагогическая характеристика лиц с ДЦП.
5. Психолого-педагогическая характеристика лиц с ЗПР.

6. Психолого-педагогическая характеристика лиц с ЗРР.
7. Психолого-педагогическая характеристика лиц с РДА.
8. Психолого-педагогическая характеристика лиц с нарушениями интеллектуального развития.
9. Методики оценки психологических особенностей у лиц с ОВЗ.
10. Материально-техническое обеспечение учебного процесса лиц с нарушением слуха.
11. Материально-техническое обеспечение учебного процесса лиц с нарушением зрения.
12. Материально-техническое обеспечение учебного процесса лиц с ПОДА.
13. Основные принципы построения и проведения физкультурпауз для различных нозологических групп.
14. Методика анализа коммуникативных навыков различных нозологических групп.
15. На чём основывается социальная адаптация. Критерии реализации процесса социальной адаптации.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

- 1) Фурьева, Т. В. Социализация и социальная адаптация лиц с инвалидностью : учебное пособие для вузов / Т. В. Фурьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 189 с. <https://urait.ru/bcode/515520>
- 2) Социальная реабилитация : учебник для вузов / М. В. Воронцова, В. Е. Макаров, Т. В. Бюндюгова, Ю. С. Моздокова. — Москва : Юрайт, 2023. — 317 с. <https://urait.ru/bcode/510098>
- 3) Громова, О.В. Комплексная реабилитация больных и инвалидов : [учеб. пособие] / О.В. Громова .— Москва : Колос-с, 2018 .— 182 с. <https://lib.rucont.ru/efd/664335>
- 4) Социальная работа : учеб. пособие / ред. Н.Ф. Басов .— 6-е изд., стер. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 352 с. <https://lib.rucont.ru/efd/689452>

б) Дополнительная литература:

- 1) Борякова, Н.Ю. Педагогические системы обучения и воспитания детей с отклонениями в развитии : учеб. пособие для студентов педвузов /

Н.Ю, Борякова. - М.: АСТ: Астрель, 2008. - 223 с.
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=184559&DocQuerID=11714239&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

2)Теория и организация адаптивной физической культуры : [в 2 т.] : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 032102 и студентов техникумов и колледжей, обучающихся по специальности 050721 : доп. Федер. агенством по физ. культуре и спорту. Т. 1: Введение в специальность. История и общ. характеристика адапт. физ. культуры / под. ред. С.П. Евсеева. - М.: Сов. спорт, 2007. - 291 с.: табл.
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=182070&DocQuerID=11714241&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

3)Выготский, Л.С. Педагогическая психология / Л.С. Выготский ; под ред. В.В. Давыдова. - М.: Педагогика, 1991. - 480 с.
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=12472&DocQuerID=11714243&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

4)Литош, Н.Л. Адаптивная физическая культура : Психолог.-пед. характеристика детей с нарушениями в развитии: учеб. пособие для студентов вузов физ. культуры / Литош Нина Леонидовна. - М.: СпортАкадемПресс, 2002. - 136 с.
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=107148&DocQuerID=11714245&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

5)Частные методики адаптивной физической культуры : учеб. пособие для студентов высш. и сред. проф. учеб. заведений по спец. 022500 и 0323 - Адапт. физ. культура : рек. Гос. Ком. РФ по физ. культуре и спорту. - М.: Сов. спорт, 2003. - 463 с.: ил.
<http://lib.sportedu.ru/Document.idc?DocID=117440&DocQuerID=11714246&DocTypeID=NULL&QF=General&Pg=20&Cd=Win&Tr=0&On=0&DocQuerItmID=>

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <https://lms.sportedu.ru/> ЭИОС «ГЦОЛИФК»

2. <http://rumc.sportedu.ru/> Ресурсный учебно-методический центр по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере физической культуры и спорта

3. Инклюзивное образование.рф <https://xn--80aabdcpejeebhqo2afglbd3b9w.xn--p1ai/>.

4. Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» [https://mobileonline.garant.ru/#/document/10164504/paragraph/160462/doclist/6376/highlight/О социальной защите инвалидов в Российской Федерации" от 24 ноября 1995 г. N 181-ФЗ.:4](https://mobileonline.garant.ru/#/document/10164504/paragraph/160462/doclist/6376/highlight/О%20социальной%20защите%20инвалидов%20в%20Российской%20Федерации%20от%2024%20ноября%201995%20г.%20N%20181-ФЗ.:4).

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

- 1) Операционная система – Microsoft Windows 10;
- 2) Офисный пакет приложений – Microsoft Office 365;
- 3) Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа Adobe Acrobat Reader DC;
- 4) Программный продукт – 1С: Университет ПРОФ.

Электронные библиотечные системы:

- 1) [Электронная библиотечная система «Руко́нт» \(lib.rucont.ru\)](http://lib.rucont.ru).
- 2) ЭБС "ЮРАЙТ". ЭБС "Университетская библиотека онлайн" <https://urait.ru/>
- 3) [Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту \(lib.gtsolifk.ru\)](http://lib.gtsolifk.ru).

Электронные образовательные ресурсы, в том числе информационные справочные и поисковые системы:

Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru)

Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – информационная система (elibrary.ru)

Медицинская информационная платформа "МедЭлемент" – информационная система (medelement.com)

Медицинская информационная сеть – информационная система (medicinform.net)

Спортивная медицина – электронный образовательный ресурс (sportmedicine.ru)

Независимая Национальная антидопинговая организация РУСАДА – электронный образовательный ресурс (rusada.ru)

Издательский дом «Медиа Сфера» - электронный образовательный ресурс (mediasphera.ru)

Электронные образовательные ресурсы, в том числе профессиональные базы данных:

Информационный портал «Информио» – профессиональная база данных, информационная справочная и поисковая система (informio.ru)

Всемирная организация здравоохранения – профессиональная база данных (who.int.ru)

Web-медицина - профессиональная база данных (webmed.irkutsk.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Социальная адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Спортивная реклама и PR очной и заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: ТиМ АФК

Сроки изучения дисциплины (модуля): 2 семестр (ы)

Форма промежуточной аттестации: зачёт.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях) ²	Максимальное кол-во баллов
1	Проектное моделирование ситуативной задачи для лиц с сенсорными нарушениями в рамках изучаемой дисциплины	24	20
2	Проектное моделирование ситуативной задачи для лиц с двигательными нарушениями в рамках изучаемой дисциплины	26	20
3	Контрольная работа на тему «Пути решения проблемы социальной адаптации детей с ОВЗ в инклюзивном образовании (дошкольное/ школьное).	28	22
4	Посещаемость	Весь период	1б. X 18 зан. = 18б.
	Зачёт		20
	ИТОГО		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Реферат по пропущенной(ым) теме(ам)	20
2	Презентация по пропущенной(ым) теме(ам)	15

² В графу вносится информация, если дисциплина (модуль) реализуется посредством очной формы обучения. При формировании таблицы для заочной формы обучения данная графа может не заполняться.

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»



Институт туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса
Кафедра Теория и методика адаптивной физической культуры

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«ФТД.В.02 Социальная адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и (или) заочная*

Год набора 2022, 2023, 2024, 2025, 2026 г.

Москва – 2018 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет *Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы.*

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): *2семестр.*

3.Цель освоения дисциплины (модуля): *Целью освоения дисциплины (модуля) «Социальная адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья» является: социально-педагогическая адаптация инвалидов и лиц с ОВЗ к особенностям учебно-педагогического процесса в РУС «ГЦО-ЛИФК».*

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	2	2
УК-3.1	Знать: - функции и средства общения; - психологические особенности общения с различными категориями групп людей (по возрасту, состоянию здоровья, этническим и религиозным признакам и др.); - источники, причины и способы управления конфликтами; - методики воспитательной работы, основные принципы деятельностного подхода, виды и приемы современных педагогических технологий; - методы убеждения, аргументации своей позиции; - сущностные характеристики и типологию лидерства; - факторы эффективного лидерства лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья.	2	2
УК-3.2	Уметь: - эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в том числе, участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды; - планировать, организовывать и координировать работы в коллективе; - общаться с детьми, детьми-инвалидами, признавать их достоинство, понимая и принимая их; - управлять учебными и тренировочными группами с целью вовле-	2	2

	чения занимающихся в процесс обучения, развития, воспитания, коррекции, компенсации и профилактики; - анализировать реальное состояние дел в учебной и тренировочной группе, поддерживать в коллективе деловую, дружелюбную атмосферу; - защищать достоинство и интересы обучающихся и спортсменов, в том числе, паралимпийцев, сурдлимпийцев, специальных олимпийцев, помогать детям, оказавшимся в конфликтной ситуации и/или неблагоприятных условиях; - использовать в практике своей работы психологические подходы: культурно-исторический, деятельностный и развивающий; - составить психолого-педагогическую характеристику (профиль) личности; - устанавливать педагогически целесообразные отношения с участниками процесса физкультурно-спортивной деятельности, в том числе, с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья; - применять технологии развития лидерских качеств и умений; - применять психологические приемы: постановка цели, сочетание видов оценки, психолого-педагогическая поддержка, психотехнические упражнения, групповые нормы.		
УК-3.3.	Владеть: - решением образовательных, воспитательных, развивающих, коррекционных, компенсаторных и профилактических задач в процессе физкультурно-спортивной деятельности	2	2

**5.Краткое содержание дисциплины (модуля):
очная форма обучения**

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	РАЗДЕЛ 1. Социально-педагогическая адаптация лиц с ОВЗ	2	4	8	12		
2	Тема 1. Особенности психофизиологического развития различных нозологических групп. Анализ коммуникативных навыков.	2	2	4	6		
3	Тема 2. Методики, используемые для выявления и коррекции психологических особенностей и нарушений социальных навыков у лиц с ОВЗ	2	2	4	6		
4	РАЗДЕЛ 2. Использование материально-технических средств в учебном процессе	2	6	12	18		
5	Тема 3. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением зрения	2	4	6	6		
6	Тема 4. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением слуха.	2		4	6		
7	Тема 5. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата.	2	2	2	6		
8	РАЗДЕЛ 3. АФВ как средство восстановления учебной работоспособности.	2	2	4	6		
9	Тема 6. Принципы построения физкультурпауз для различных нозологических групп.	2	2	4	6		
Итого часов:			12	24	36		Зачёт

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	РАЗДЕЛ 1. Социально-педагогическая адаптация лиц с ОВЗ	2	2	2	20		
2	Тема 1. Особенности психофизиологического развития различных нозологических групп. Анализ коммуникативных навыков.	2	2		10		
3	Тема 2. Методики, используемые для выявления и коррекции психологических особенностей и нарушений социальных навыков у лиц с ОВЗ	2		2	10		
4	РАЗДЕЛ 2. Использование материально-технических средств в учебном процессе	2			36		
5	Тема 3. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением зрения.	2			12		
6	Тема 4. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением слуха.	2			12		
7	Тема 5. Использование материально-технических средств в учебном процессе для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата.	2			12		
8	РАЗДЕЛ 3. Адаптивная физическая культура как средство восстановления учебной работоспособности.	2		2	10		
9	Тема 6. Принципы построения физкультурпауз для различных нозологических групп.	2		2	10		
Итого часов:			2	4	66		Зачёт