

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт физической культуры, спорта и здоровья  
Кафедра теории и методики физической культуры

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.ДВ.04.01 «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ  
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»**

Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль программы «Физкультурно-спортивная деятельность»

Автор(ы): канд. пед. наук, доцент, Е.В. Кетриш  
доцент  
канд. пед. наук, доцент, Т.В. Андрюхина  
заведующий кафедрой

Одобрена на заседании кафедры теории и методики физической культуры. Протокол от «11» января 2022 г. №6.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности комиссией института ФКСЗ РГППУ. Протокол от «12» января 2022 г. №4.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта»: формирование у студентов базовых знаний о связях с общественностью в физической культуре и спорте, их генезисе, становлении и развитии как профессии современного менеджмента в обществе с рыночной экономикой;

Задачи:

- овладение теоретическими основами знаний о связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта;
- получение представлений о функциях, задачах, сферах применения связей с общественностью;
- ознакомление с этическими и правовыми нормами в связях с общественностью;
- получение представлений о роли и месте связей с общественностью в системе менеджмента и маркетинга в физической культуре и спорте;
- формирование навыков общения в деловой коммуникации;
- формирование профессиональных компетенций, предусмотренных дисциплиной.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» относится к дисциплинам по выбору учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Теория и история физической культуры и спорта.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Организация и управление деятельностью ДЮСШ и ЦСП.
2. Экономика и предпринимательство в сфере физической культуры и спорта.

## 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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



- ПКО-6 Способен модернизировать и использовать возможности образовательной среды для достижения личностных, учебно-профессиональных результатов обучения и обеспечения качества образовательного процесса;
- ПКС-5 Способен осуществлять организационно-педагогическое обеспечение развития социального партнерства и продвижения услуг дополнительного образования детей и взрослых в сфере физической культуры и спорта.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

31. Современное состояние связей с общественностью в физической культуре и спорте, их генезис, становление и развитие как самостоятельной функции менеджмента;
32. Законы и нормативные правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы связей с общественностью;
33. Международные и российские кодексы профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью и рекламы;
34. Специфику разнообразных форм деловой коммуникации.

Уметь:

- У1. Осуществлять выбор коммуникативных форм и методов взаимодействия с общественностью;
- У2. Обучать сотрудников эффективному общению в деловой коммуникации;
- У3. Применять полученные знания для успешного продвижения идей, товаров, услуг и начинаний на рынке массовой физической культуры и спорта;
- У4. Анализировать законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность.

Владеть:

- В1. Методами и средствами использования нормативных правовых документов в своей деятельности;
- В2. Основными положениями и методами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- В3. Опытном проведении научного анализа результатов исследований и использования их в практической деятельности.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы*

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 час.), семестр изучения – 5, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.



Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	5 сем.
Кол-во часов	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	108
Контактная работа, в том числе:	30
Лекции	14
Практические занятия	16
Самостоятельная работа студента	78
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Зачет с оценкой	5 сем.

*\*Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

#### 4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте	5	17	2	2	-	13
2. История развития связей с общественностью в физической культуре и спорте	5	19	2	4	-	13
3. Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации	5	17	2	2	-	13
4. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью	5	21	4	4	-	13
5. Целевые аудитории в связях с	5	17	2	2	-	13



общественностью						
6. Управление кризисными ситуациями	5	17	2	2	-	13

*\*Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

### **4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин**

#### **Раздел 1. Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте**

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

#### **Раздел 2. История развития связей с общественностью в физической культуре и спорте**

Основные этапы развития связей с общественностью. Общественные отношения в спорте как часть культуры или цивилизации. Использование элементов ПР в древности. Мифология и символика Олимпийских игр. Общественное признание. «Петербургские олимпийские игры» 1766 года. Первые статьи о спорте в газетах. Формирование общественного мнения по возрождению Олимпийских игр (Бутовский А.Д., Лебедев А.П., Рибопьер Г.И.). История спортивной экипировки. Создание Российского Олимпийского Комитета (1912 г.) Благотворительность при создании спортивных обществ (братья Морозовы, П.Д. Львов, П.И. Постников, П.Г. Волконский, В.Ф. Краевский, С.К. Белосельский-Белозерский). Массовая физическая культура и спорт в СССР. Организация физкультурных парадов, рабочих олимпиад, спартакиад. Позicionирование XXII Олимпийских Игр. Организация Игр Доброй Воли. Легитимность профессионального спорта. Развитие инфраструктуры СО в спорте.

#### **Раздел 3. Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации**

Имиджелогия как наука. Инструментарий имиджелогии. Типы имиджей. Позicionирование имиджа, отстройка от конкурентов, снижение и возвышение имиджа. Имидж спортивной организации, товара, услуги. Формирование имиджа физкультурного вуза, спортивного клуба, команды, федерации, ассоциации; спортивной звезды. Спонсорство и спортивных мероприятий в продвижении имиджа организации. Благотворительность в спорте. Основные элементы фирменного стиля спортивной организации: фирменное наименование, товарный



знак, логотип, фирменная гамма цветов. Спортивная символика в формировании фирменного стиля. Популярные марки спортивной одежды и обуви

#### **Раздел 4. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью**

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

#### **Раздел 5. Целевые аудитории в связях с общественностью**

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



## Раздел 6. Управление кризисными ситуациями

Причины кризисных ситуаций в спортивных организациях. Чрезвычайные, скандальные ситуации. Подготовка к кризисным ситуациям. Управление кризисом (crisis management). Отличия конфликта и кризиса. Фазы кризиса. Правила поведения в кризисной ситуации. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Комплексные циклы действий в кризисной ситуации. Работа с СМИ. Организация пресс-конференций.

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии представлены комбинацией объяснительно-иллюстративного и репродуктивного методов обучения. Осуществляются с использованием информационных лекций, семинаров, практических занятий или лабораторных работ. При использовании данных методов деятельность учащегося направлена на получение теоретических знаний и формирования практических умений по дисциплине.

2. Для организации процесса обучения и самостоятельной работы используются информационно-коммуникационные образовательные технологии, представленные в виде педагогических программных средств и электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС). Технологии расширяют возможности образовательной среды, как разнообразными программными средствами, так и методами развития креативности обучаемых. К числу таких программных средств относятся моделирующие программы, поисковые, интеллектуальные обучающие, экспертные системы, программы для проведения деловых игр.

3. Технология обучения в сотрудничестве применяются при проведении семинарских, практических и лабораторных занятий, нацелены на совместную работу в командах или группах и достижение качественного образовательного результата.

4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;



- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### ***6.1 Основная литература***

1. Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 328 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93404>.

2. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И.М. Синяева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — 978-5-238-02309-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>. — ЭБС «IPRbooks»

3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 324 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93300>.

### ***6.2 Дополнительная литература***

1. Синяева, И.М. Публик рилейшенз: толковый словарь [Электронный ресурс] : слов. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 200 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70558>.

2. Гнетнёв, А. И. Современная пресс-служба [Текст] : учебник для вузов [Гриф УМО] / А. И. Гнетнёв, М. С. Филь. - Ростов на Дону : Феникс, 2010. - 414 с.

### ***6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы***

Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY. Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

2. Российская государственная библиотека. Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>

Программное обеспечение:

1. Операционная система Windows.

2. Офисная система Office Professional Plus.





Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Система электронного обучения «Open edX».
3. Информационная система «Таймлайн».
4. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Помещения для самостоятельной работы.

