

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Борисова Виктория Валерьевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 05.11.2025 12:05:07
Уникальный программный ключ:
8d665791f4048370b679b22cf26583a2f341522e

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ»

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

НОЧУ ВО «МУНИИ»

В.П. Борисова

подпись

«01» апреля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
PR в индустрии спорта

направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки:
Спортивный менеджмент

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения
очно-заочная

Москва 2022 г.

1. Перечень планируемых результатов изучения дисциплины, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «PR в индустрии спорта»

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-3 Способен осуществлять операционное администрирование физкультурно-оздоровительной и физкультурно-спортивной работы организации	ИПК-3.2. Проводит оценку рентабельности и экономической целесообразности физкультурно-спортивных проектов, используя методы экономического анализа для оценки результатов деятельности организации

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Б1.В.13 «PR в индустрии спорта» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, цикла Б.1 «Дисциплины (модули)».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины «PR в индустрии спорта» составляет 5 зачетных единиц.

Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах) – очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	-
Аудиторные занятия (всего)	36	36	-
В том числе:	-	-	-
Лекции	18	18	-
Практические занятия (ПЗ)	18	18	-
Семинары (С)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	108	108	-
В том числе:	-	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-
Реферат	-	-	-
Подготовка к практическим занятиям	72	72	-
Контрольная работа	36	36	-
Вид промежуточной аттестации – экзамен	36	36	-
Общая трудоемкость час / зач. ед.	180/5	180/5	-

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обучающихся
			лекции	практические занятия	
1.	Тема 1. Спортивная индустрия как объект PR-деятельности.	16	1	2	13
2.	Тема 2. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте. Объект и субъект PR-кампании в спорте.	16	1	2	13
3.	Тема 3. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампании спортивного события.	17	2	2	13
4.	Тема 4. PR-кампании в профессиональном спорте.	17	2	2	13
5.	Тема 5. PR-технологии, применяемые в продвижении любительского спорта.	19	3	2	14
6.	Тема № 6. Основные PR-документы и PR-мероприятия.	19	3	2	14
7.	Тема № 7. Связи с общественностью как современная технология управлением обществом.	20	3	3	14
8.	Тема № 8. Методология изучения общественного мнения.	20	3	3	14
Всего		144	18	18	108
Экзамен		36	-	-	-
Итого		180			

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Спортивная индустрия как объект PR-деятельности.

Задачи PR в спорте. Одним из активно развивающихся секторов PR является, несомненно, сектор спорта, где новые экономические реалии заставляют существующие и вновь появляющиеся спортивные клубы и федерации тщательно продумывать свою деятельность по формированию благоприятной коммуникационной среды. Спорт, особенно профессиональный, чрезвычайно нуждается в качественном PR. Без него спорту, в том числе и российскому, просто невозможно будет, поспевая за миром, полноценно развиваться.

Спорт - это массовый продукт. PR в спорте необходим для достижения таких целей, как положительный имидж, репутация спортивного клуба, спортсмена или спортивной организации. PR массового спорта жизненно необходим любому государству, так как популяризация физической культуры и здорового образа жизни -- задача социально важная, и, кроме того, способствующая увеличению потенциальной аудитории спорта профессионального.

Тема 2. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте. Объект и субъект PR-кампании в спорте.

Выявление потенциальной аудитории. Способы привлечения аудитории. Хронологические рамки PR-кампании спортивного мероприятия. Методы и средства PR, применяемые в процессе PR-кампании. Спортивные цели - создание энергии трибун, способствующей достижению спортивных успехов национальных сборных страны. Социальные цели - организация досуга любителей спорта в стране, направление энергии болельщиков на поддержку российских спортсменов. Организационные цели - улучшение организационной инфраструктуры российского спорта для целей создания новых ценностей для любителей спорта, болельщиков.

Тема 3. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампании спортивного события.

Для любой структурной составляющей коммуникации могут быть выработаны критерии, посредством которых можно измерить результаты PR-действий, но только измерение эффектов дает полное действительное представление об эффективности PR. Таким образом, анализ совокупности всех элементов акта коммуникации позволяет провести комплексную оценку эффективности PR. Степень информированности населения. Количество непосредственных участников соревнований. Статус соревнования

Тема 4. PR-кампании в профессиональном спорте.

Кампании, направленные на привлечение внимания общественности (уведомление общественности) к какому-либо явлению или событию. Задача сводится главным образом к тому, чтобы заблаговременно предупредить аудиторию, болельщиков, помочь ей запомнить нечто важное с точки зрения инициатора кампании. Кампании по информированию общественности (повышению общественной информированности), предоставлению ей некоторой системы фактов или аргументов по отдельной важной проблеме. Такие усилия, как правило, прилагаются параллельно с привлечением внимания населения и дополняют первый тип кампании. Образовательные кампании среди общественности (кампании общественного обучения). Кампании, направленные на закрепление установок и линии поведения тех, кто имеет общие с организаторами точки зрения (кампании по усилению позиций и поведения сторонников). Кампании, направленные на модификацию поведения (кампании по изменению мнения несогласных).

Тема 5. PR-технологии, применяемые в продвижении любительского спорта.

PR в качестве инструмента для продвижения применяется как спортивными организациями или проведении спортивных мероприятий, так и для других компаний и продуктов, которые хотят продвинуться через ассоциации с ними. Таким образом, профессиональные спортивные организации могут использовать два направления маркетинга: Маркетинг для спорта. Данный вид маркетинга применяется для решения задач, связанных с целями спортивной организации, в том числе коммерческими. Он предполагает проведение исследований, разработку товарных и ценовых предложений (билеты, абонементы, атрибутика и др.), продвижение непосредственно самой спортивной организации, разработку и продвижение ее бренда, осуществление коммуникаций с целевыми аудиториями. Спорт для маркетинга.

Тема № 6. Основные PR-документы и PR-мероприятия.

Актуальные технологии продвижения в сфере спорте. Пресс-релиз. Информационное письмо (backgrounder). Фактическая справка (fact sheet). Биография. Заявление для прессы. Пресс-кит. Занимательная статья (feature). Случай из жизни (case story). Внутренняя и внешняя аудитория организации. Целевая и ключевая аудитория спортивных организаций и

спортивных мероприятий. Государство, спортивные болельщики, спортивные клубы, спортивные организации, СМИ как аудитории связей с общественностью в спорте. Специфика целей и особенности взаимодействия с различными аудиториями PR.

Тема № 7. Связи с общественностью как современная технология управлением обществом.

Сущность связей с общественностью. Основные понятия, определения, цели, задачи и функции. Различия понятий: связи с общественностью, реклама и пропаганда. Специфика PR-деятельности. Модели публичных отношений. Рекламная и PR-кампания. Организация работы пресс-службы внутри организации и внешних структур по связям с общественностью.

Тема № 8. Методология изучения общественного мнения.

Методы изучения общественного мнения. Социологические методы исследования общественного мнения. Анкетирование. Фокус-группы. Мониторинг. Оценка результатов.

4.3. Практические занятия / лабораторные занятия

Занятие 1. Спортивная индустрия как объект PR-деятельности.
Занятие 2. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте. Объект и субъект PR-кампаний в спорте.
Занятие 3. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампании спортивного события.
Занятие 4. PR-кампании в профессиональном спорте.
Занятие 5. PR-технологии, применяемые в продвижении любительского спорта.
Занятие 6. Основные PR-документы и PR-мероприятия.
Занятие 7. Связи с общественностью как современная технология управления обществом.
Занятие 8. Методология изучения общественного мнения.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

1. Маркетинг спорта = The Marketing of Sport : практическое пособие : [16+] / ред. Д. Бич, С. Чедвик, Ю. Быстрова ; пер. В. Башкирова [и др.]. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 706 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428025>
2. Шабалина, Ю. В. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебно-методическое пособие / Ю. В. Шабалина. — Казань : Поволжский ГУФКСИТ, 2020. — 132 с. — ISBN 978-5-6044766-2-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154988>
3. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193>

3.2. Дополнительная литература

1. Мишина, Л. А. Связи с общественностью : шпаргалка : учебное пособие : [16+] / Л. А. Мишина ; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 32 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578510>
2. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / составители А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. — Омск :

СибГУФК, 2020. — 144 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/242120>

3. Пропаганда физической культуры и спорта и связи с общественностью (избранные лекции) : учебное пособие : [16+] / Н. В. Минникаева, Р. С. Жуков, И. П. Шлее, А. В. Седнев ; Кемеровский государственный университет. — Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2021. — 75 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700894>

5.3. Лицензионное программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007

5.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/index.php>
2. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>
3. Университетская информационная система Россия <https://uisrussia.msu.ru>
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал <http://window.edu.ru>
5. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты РФ <http://www.rosmintrud.ru>
6. Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» <http://www.consultant.ru>, «Гарант» <http://www.garant.ru>.
7. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
8. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>
9. Административно-управленческий портал <http://www.aup.ru/>
10. База данных по кадровому делопроизводству <https://www.kadrovik-praktik.ru>
11. Журнал «Спортивный менеджмент» <http://www.hrm.ru>
12. Деловой журнал «Управление персоналом» <http://www.top-personal.ru>
13. Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональным компьютером, плазменной панелью.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональным компьютером, плазменной панелью.
3. Аудитория для самостоятельной работы студентов, оснащенная комплектом мебели для учебного процесса, учебной доской, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета.

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «PR в индустрии спорта» является дисциплиной, формирующей у обучающихся частично компетенцию ПК-3, ПК-5. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентного подхода произошло

концептуальное изменение роли преподавателя, который, наряду с традиционной ролью носителя знаний, выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «PR в индустрии спорта».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «PR в индустрии спорта» осуществляется на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках образовательной программы и учебного плана по направлению 38.03.02 Менеджмент.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «PR в индустрии спорта» рассматривается в п.5 рабочей программы.

Методика определения итогового семестрового рейтинга обучающегося по дисциплине «PR в индустрии спорта» представлена в составе ФОС по дисциплине в п 8 рабочей программы.

Примерные варианты контрольных работ для текущего контроля и перечень вопросов к экзамену по дисциплине также представлены в п 8 рабочей программы.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «PR в индустрии спорта», приведен в п.8 настоящей рабочей программы. Преподавателю следует ориентировать обучающихся на использование при подготовке к промежуточной аттестации.

7.2. Методические указания обучающимся

Получение углубленных знаний по дисциплине достигается за счет активной самостоятельной работы обучающихся. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с учебной и научной литературой по проблемам дисциплины, анализа научных концепций.

В рамках дисциплины предусмотрены различные формы контроля уровня достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций. Форма текущего контроля – активная работа на практических занятиях, подготовка контрольной работы. Формой промежуточного контроля по данной дисциплине является экзамен, в ходе которого оценивается уровень достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций.

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы и представляют собой изложение теоретических основ дисциплины.

Посещение лекционных занятий является обязательным.

Конспектирование лекционного материала допускается как письменным, так и компьютерным способом.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к текущим формам аттестации по дисциплине является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине.

Проведение практических занятий по дисциплине «PR в индустрии спорта» осуществляется в следующих формах:

- анализ правовой базы, регламентирующей деятельность организаций различных организационно-правовых форм;
- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- решение типовых расчетных задач по темам;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного

понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы, а также нормативно-правовых документов по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.5 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «PR в индустрии спорта». Список основной и дополнительной литературы и обязательных к изучению нормативно-правовых документов по дисциплине приведен в п.7 настоящей рабочей программы. Следует отдавать предпочтение изучению нормативных документов по соответствующим разделам дисциплины по сравнению с их адаптированной интерпретацией в учебной литературе.

Решение задач в разрезе разделов дисциплины «PR в индустрии спорта» является самостоятельной работой обучающегося в форме домашнего задания в случаях недостатка аудиторного времени на практических занятиях для решения всех задач, запланированных преподавателем, проводящим практические занятия по дисциплине.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «PR в индустрии спорта» проходит в форме экзамена. Экзаменационный билет по дисциплине состоит из 2 вопросов теоретического характера и практического задания. Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «PR в индустрии спорта» и критерии оценки ответа обучающегося на экзамене для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенций приведены в составе ФОС по дисциплине в п 8 рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

8. Фонд оценочных средств по дисциплине

8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
ПК-3 Способен осуществлять операционное администрирование физкультурно-оздоровительной и физкультурно-спортивной работы организации	ИПК-3.2. Проводит оценку рентабельности и экономической целесообразности физкультурно-спортивных проектов, используя методы экономического анализа для оценки результатов деятельности организации	Промежуточный контроль: экзамен, Текущий контроль: опрос на практических занятиях; контрольная работа	Темы 1-8

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

8.2.1 Критерии оценки ответа на экзамене

(формирование компетенции ПК-3., индикаторы ИОПК-3.2.)

«5» (отлично): обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

«4» (хорошо): обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

«3» (удовлетворительно): обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

8.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

(формирование компетенции ПК-3., ПК-5, индикаторы ИОПК-3.2., ИОПК-5.1., ИОПК-5.2., ИОПК-5.3)

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

8.2.3 Критерии оценки контрольной работы

(формирование компетенции ПК-3., ПК-5, индикаторы ИОПК-3.2., ИОПК-5.1., ИОПК-5.2., ИОПК-5.3)

«5» (отлично): все задания контрольной работы выполнены без ошибок в течение отведенного на работу времени; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; отсутствуют орфографические и пунктуационные ошибки.

«4» (хорошо): задания контрольной работы выполнены с незначительными замечаниями в полном объеме либо отсутствует решение одного задания; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; отсутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

«3» (удовлетворительно): задания контрольной работы имеют значительные замечания; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения; присутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

«2» (неудовлетворительно): задания в контрольной работе выполнены не полностью или неправильно; отсутствуют или сделаны неправильно выводы и обобщения; присутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

8.2.4. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Уровень сформированности компетенции	Оценка	Пояснение
Высокий	«5» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетворительный	«3» (удовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетворительный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

8.3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотношенные с индикаторами достижения

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

8.3.1. Текущий контроль (работа на практических занятиях)

(формирование компетенции ПК-3., индикаторы ИОПК-3.2.)

Пример задания на практических занятиях:

ЗАДАНИЕ 1. На основе самостоятельного анализа периодической печати выявить особенности менеджмента в профессиональных или коммерческих физкультурно-спортивных организациях.

ЗАДАНИЕ 2. Разработать управленческое решение на примере документа, регламентирующего организацию и проведение физкультурно-спортивного мероприятия

(положение, сценарий и т.п.).

ЗАДАНИЕ 3. Выявить конкретные формы материальной и моральной мотивации труда работников физкультурно-спортивной организации.

ЗАДАНИЕ 4. Разработать проект Приказа об увольнении работника физкультурно-спортивной организации, в соответствии с нормами ТК РФ, на основании нарушения им условий трудового договора.

ЗАДАНИЕ 15. Подготовить проект портфолио фитнес-инструктора для предоставления потенциальному работодателю

8.3.2. Текущий контроль (контрольная работа)

(формирование компетенции ПК-З., индикаторы ИОПК-З.2.)

Контрольная работа выполняется в форме тестирования

Примеры тестовых заданий

Тестовые задания:

1. Какие функции, из предложенных, присущи рынку физкультурно-спортивных товаров и услуг??

- а) интегрирующая;
- б) дифференцирующая;
- в) оценочная;
- г) систематизирующая;
- д) организующая.

2. Принципами сегментирования рынка являются??

- а) географический;
- б) психологический;
- в) демографический;
- г) половой;
- д) психографический.

3. Ключевыми факторами успеха в конкурентной борьбе являются??

- а) повышение цены на свой товар;
- б) развернутая реклама;
- в) сравнение своего товара с конкурентами;
- г) большее количество каналов сбыта;
- д) большой гарантийный срок на товар.

4. Факторами, влияющими на ценовую политику предприятия являются??

- а) потребители;
- б) государство;
- в) конкуренты;
- г) каналы сбыта;
- д) тип рынка;
- е) увеличение спроса на товар.

5. В чем заключается поддержка продаваемого товара в сфере физической культуры и спорта??

- а) в обслуживании;
- б) в сервисе;
- в) в рекламе;
- г) в гарантии на товар;

8.3.4. Промежуточный контроль (вопросы к экзамену)

(формирование компетенции ПК-З., индикаторы ИОПК-З.2.)

Примерные вопросы к экзамену

1. Сущность, определение и задачи PR.
2. Цели связей с общественностью. Функции PR.
3. СМИ как важнейшее средство PR-коммуникации. Пресс-релиз.

4. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг, PR и паблисити.
5. Особенности печатной рекламы.
6. Особенности рекламы на радио.
7. Особенности рекламы на телевидении.
8. Особенности рекламы в сети Интернет.
9. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью
10. Национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью
11. Римская хартия: структура, содержание, особенности.
12. Кодекс профессионального поведения международной ассоциации по связям с общественностью (кодекс ИПРА): структура, содержание, особенности.
13. Декларации профессиональных и этических принципов (декларация РАСО): структура, содержание, особенности.
14. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR. Лиссабонский кодекс: структура, содержание, особенности.
15. Афинский кодекс: структура, содержание, особенности.
16. Жанры статей: информационные, аналитические, художественно-публицистические.
17. Целевые аудитории в PR-деятельности: анализ и функции.
18. Внутрикorporативный пиар: его содержание и специфика.
19. Внутрикorporативные СМИ.
20. Внутрикorporативный PR-инструменты.
21. Аудитории внутрикorporативного PR. Характеристики аудиторий.
22. Корпоративная культура. Роль PR в формировании корпоративной культуры.
23. Пресс-служба. Структура пресс-службы.
24. Профессиональные требования к специалисту в сфере связей с общественностью.
25. Документы PR: бэкграундер.
26. Документы PR: факт-лист.
27. Документы PR: медиа-кит
28. Технологии организации и проведения пресс-конференций.
29. Особенности специальных PR-мероприятий.
30. Особенности социальных PR-мероприятий: спонсорство, благотворительность
31. Изучение общественного мнения. Типы исследований общественного мнения.
32. Понятие «имидж» в сфере связей с общественностью. Составляющие имиджа.