

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Мастер-класс "Формирование имиджа организации посредством спортивных мероприятий"
БЗ.ДВ.4

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Юсупов Ш.Р.

Рецензент(ы):

проф. Тайсина Э.А., проф. Беляев В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941830414

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Юсупов Ш.Р. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций ,
Shamil.Jusupov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Изучение специфики формирования имиджа организации с помощью проведения спортивных мероприятий. Рассмотрение данной деятельности с практической точки зрения, т.е. на примере конкретных действий и мероприятий. Также рассматривается опыт проведения спортивных мероприятий различными, государственными и коммерческими структурами, с точки зрения формирования положительного имиджа кампании.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.4 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3, 4 курсах, 6, 7 семестры.

Мастер-класс "Формирование имиджа организации посредством спортивных мероприятий" относится к числу базовых курсов в программе подготовки бакалавра по профилю "Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте". Для его изучения необходимы знания, полученные в курсах "Основы государства и права", "Менеджмент в спорте", "Маркетинг", "Социология". На мастер-класс "Формирование имиджа организации посредством спортивных мероприятий" могут, в той или иной степени, опираться различные дисциплины профиля "Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте", а также курсы, ориентированные на изучение практических аспектов в области связей с общественностью в целом или конкретных наук по соответствующему профилю в подготовке бакалавра и далее, по программе магистратуры.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-6	стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
пк-19	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
пк-23	способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд
пк-31	способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- научные основы менеджмента физической культуры и спорта;
- основные функции спортивного менеджера и агента, используемые в коммерческой деятельности;
- структуру и содержание деятельности организаций предоставляющих менеджерские и агентские услуги в профессиональном спорте;
- базовые правовые и нормативные основы создания их функционирования;

2. должен уметь:

- принимать управленческие решения в конкретных ситуациях деятельности;
- проводить необходимый комплекс работ по организации соревнований и других мероприятий;
- строить структуру управления, создавать организационно-распорядительные документы, деловые письма;
- разрабатывать квалификационные характеристики персонала и другие документы организации

3. должен владеть:

демонстрировать полученные навыки на практике

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- навыками организации и проведения имиджевых спортивных мероприятий с учетом специфики профессиональной деятельности той или иной кампании;
- терминологическим аппаратом предмета "Формирование имиджа организации посредством проведения спортивных мероприятий";
- применять полученные знания на практике.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- навыками организации и проведения имиджевых спортивных мероприятий с учетом специфики профессиональной деятельности той или иной кампании;
- терминологическим аппаратом предмета "Формирование имиджа организации посредством проведения спортивных мероприятий";
- применять полученные знания на практике.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- навыками организации и проведения имиджевых спортивных мероприятий с учетом специфики профессиональной деятельности той или иной кампании;
- терминологическим аппаратом предмета "Формирование имиджа организации посредством проведения спортивных мероприятий";
- применять полученные знания на практике.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре; зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Формирование имиджа компании. Приоритетные направления.	6	1-6	6	6	0	устный опрос
2.	Тема 2. Методы управления имиджем организации	6	7-12	6	6	0	презентация
3.	Тема 3. Практические аспекты имиджевой деятельности в спорте.	6	13-17	4	6	0	устный опрос
4.	Тема 4. Имиджевая деятельность и профессиональный спорт.	7	1-6	6	6	0	презентация
5.	Тема 5. Имиджевая деятельность кампаний по поддержке физкультурно-оздоровительных мероприятий и (массового) любительского спорта.		7-12	6	6	0	устный опрос
6.	Тема 6. Имиджевая деятельность в ВУЗах, СУЗах, Школах Олимпийского резерва, ДЮСШ.	7	13-18	6	6	0	презентация
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			34	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. Формирование имиджа компании. Приоритетные направления.
 лекционное занятие (6 часа(ов)):**

элементы имиджа организации внутренняя общественность спортивной организации внешняя среда спортивной организации

практическое занятие (6 часа(ов)):

XX

Тема 2. Методы управления имиджем организации

лекционное занятие (6 часа(ов)):

XX

практическое занятие (6 часа(ов)):

XX

Тема 3. Практические аспекты имиджевой деятельности в спорте.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

XX

практическое занятие (6 часа(ов)):

XX

Тема 4. Имиджевая деятельность и профессиональный спорт.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

XX

практическое занятие (6 часа(ов)):

XX

Тема 5. Имиджевая деятельность кампаний по поддержке

физкультурно-оздоровительных мероприятий и (массового) любительского спорта.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

XX

практическое занятие (6 часа(ов)):

XX

Тема 6. Имиджевая деятельность в ВУЗах, СУЗах, Школах Олимпийского резерва, ДЮСШ.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

XX

практическое занятие (6 часа(ов)):

XX

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Формирование имиджа кампании. Приоритетные направления.	6	1-6	подготовка к устному опросу	12	устный опрос
2.	Тема 2. Методы управления имиджем организации	6	7-12	подготовка к презентации	14	презентация
3.	Тема 3. Практические аспекты имиджевой деятельности в спорте.	6	13-17	подготовка к устному опросу	12	устный опрос

№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Имиджевая деятельность и профессиональный спорт.	7	1-6	подготовка к презентации	24	презентация
5.	Тема 5. Имиджевая деятельность кампаний по поддержке физкультурно-оздоровительных мероприятий и (массового) любительского спорта.		7-12	подготовка к устному опросу	24	устный опрос
6.	Тема 6. Имиджевая деятельность в ВУЗах, СУЗах, Школах Олимпийского резерва, ДЮСШ.	7	13-18	подготовка к презентации	24	презентация
	Итого				110	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- выполнение творческих заданий, заключающихся в переводе теоретической информации в схематическую и образно-схематическую форму;
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Формирование имиджа компании. Приоритетные направления.

устный опрос , примерные вопросы:

перечислите элементы имиджа организации. приведите примеры.

Тема 2. Методы управления имиджем организации

презентация , примерные вопросы:

Цели эффективного управления МArкетинг-менеджмент. повышение доверия престиж авторитетность ресурсы преодоление эффекта отчуждения

Тема 3. Практические аспекты имиджевой деятельности в спорте.

устный опрос , примерные вопросы:

имиджевая политика организации. внутренняя и внешняя среда формирования имиджа организации

Тема 4. Имиджевая деятельность и профессиональный спорт.

презентация , примерные вопросы:

формирование имиджа спортивного мероприятия формирование имиджа вида спорта
формирование имиджа клуба формирование индивидуального имиджа спортсмена

Тема 5. Имиджевая деятельность кампаний по поддержке физкультурно-оздоровительных мероприятий и (массового) любительского спорта.

устный опрос , примерные вопросы:

популяризация мероприятий массового спорта и физической культуры

Тема 6. Имиджевая деятельность в ВУЗах, СУЗах, Школах Олимпийского резерва, ДЮСШ.

презентация , примерные вопросы:

популяризация физической культуры и спорта в системе образование. понятие спортивный имидж учреждения образования на примере: КФУ, КАИ, школы ♦..

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

перечень и тематика презентаций по курсу

7.1. Основная литература:

1. Годин А.М. Брендинг. Москва Дашков и К-, 2012. - 187 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=329358>
2. Гойхман О. Я. Организация и проведение мероприятий: Учебное пособие / О.Я. Гойхман. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 136 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=323612>
3. Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=327924>

7.2. Дополнительная литература:

1. Социальное пространство имиджа: Монография / М.О. Кошлякова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 152 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=376278>
2. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 128 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=415129>

7.3. Интернет-ресурсы:

Международный каталог спортивных интернет-ресурсов / Национальная информационная сеть - <http://www.sportforumrussia.ru>

Международный Олимпийский комитет - <http://www.olympic.ru>

портал спортивной информации - <http://sportbox.com>

портал спортивной информации - <http://championat.com>

Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту - <http://lib.sportedu.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Мастер-класс "Формирование имиджа организации посредством спортивных мероприятий"" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

- проектор и ноутбук;
- принтер и копировальный аппарат для создания раздаточных материалов;
- интерактивная доска в мультимедийном классе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте .

Автор(ы):

Юсупов Ш.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

проф. Тайсина Э.А., проф. Беляев В.А. _____

"__" _____ 201__ г.