

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский



» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Реклама и связи с общественностью в спорте

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Спортивная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) Юсупов Ш.Р.

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

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОК-4	способностью использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий
ОПК-1	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-3	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации
ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ
ОПК-5	готовностью следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способность учитывать их специфику в профессиональной деятельности
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- цели, задачи, этапы управления PR-кампаниями;
- управленческие аспекты организации кампаний;
- информационные аспекты организации кампаний;
- стратегические аспекты организации кампаний;
- медиа-аспекты организации кампаний;
- коммуникационные приемы организации кампаний.

Должен уметь:

Определять целевые аудитории

- На основе исследований формулировать коммуникационные проблемы организации (проекта)
- Расписывать концепцию, цели и задачи PR-кампании
- Осуществлять рекламные, информационные, пропагандистские кампании и мероприятия
- Осуществлять контроль и корректировку проектов.

Должен владеть:

- Навыками работы в команде
- Управленческими навыками
- Навыками исследовательской деятельности
- Навыками аналитической деятельности
- Навыками творческой деятельности

Должен демонстрировать способность и готовность:

Применять полученные знания на практике, в рамках реализации рекламных и PR-кампаний в современной индустрии спорта.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.2 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.02 "Журналистика (Спортивная журналистика)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 1 курсе в 1 семестре.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 30 часа(ов), в том числе лекции - 12 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 74 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 4 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 1 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие, сущность и функции рекламы и связей с общественностью в спорте.	1	4	6	0	20
2.	Тема 2. Планирование и проведение рекламных и PR-кампаний в индустрии спорта	1	4	4	0	20
3.	Тема 3. Связи с общественностью в структуре маркетинговых коммуникаций в современном спорте.	1	2	4	0	15
4.	Тема 4. Роль рекламы и связей с общественностью в отечественном профессиональном спорте и спорте высших достижений.	1	2	4	0	19
	Итого		12	18	0	74

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятие, сущность и функции рекламы и связей с общественностью в спорте.

Связи с общественностью в спорте представляют коммуникационный менеджмент, направленный на установления благоприятных отношений между субъектами индустрии спорта.

К субъектам спортивного PR следует относить:

- спортивные организации выступают основными игроками определяющими правила игры на данном рынке. Они создают спортивный продукт, зрелище вокруг которого сконцентрирована вся деятельность сферы спортивного PR.;

- спортсмены, в особенности "звезды мирового спорта" являются ключевым компонентом любого спортивного или около спортивного мероприятия;

- коммерческие организации, которые рассматривают свое участие в создании и продвижении "спортивного продукта" как основу различных маркетинговых стратегий, стараясь при этом использовать положительный имидж спорта;

- СМИ освещают спортивные соревнования, осуществляют изготовление рекламных роликов спортивного содержания и выступления спортивных звезд в телепередачах, на полосах газет и журналов. Освещение спорта является для СМИ важнейшим инструментом поддержания собственных рейтингов и как следствие - привлечения новых рекламных бюджетов;

- болельщики представляют собой широкую аудиторию всех интересующихся спортом, будь то зрители на стадионе, телезрители, читатели спортивных изданий, радиослушатели или пользователи различных информационных ресурсов спортивной направленности в сети интернет.

Функции связей с общественностью в индустрии спорта:

- создание и поддержание положительного имиджа спортивной организации, команды, клуба, лиги, вида спорта, спортивного мероприятия, отдельного спортсмена или даже целой страны как равноправного участника международного спортивного движения;

- популяризация и пропаганда спорта и здорового образа жизни;

- увеличение аудитории потребителей "спортивного продукта", в первую очередь с помощью телевидения и сети интернет.

Тема 2. Планирование и проведение рекламных и PR-кампаний в индустрии спорта

PR-кампания - это мероприятия для осуществления важной общественно-политической или социальной задачи, нацеленной на улучшение имиджа спортивной организации и поддержание гармоничных отношений с общественностью. Это комплексное использование PR-средств в рамках единой концепции и проведения общего плана воздействия на мнения и отношения людей в целях популяризации имиджа, поддержания репутации, создания публичности.

Любую PR-кампанию условно можно разделить на компоненты:

- непосредственно сам PR-проект;
- отзывы СМИ о событии;
- привлечение внимания своей активной целевой аудитории.

Задачи кампаний:

1. Развитие всеобъемлющих связей с широкой аудиторией и ключевыми группами.
2. Реализация благотворительных программ.
3. Долгосрочная кампания, направленная на решение крупных проблем.
4. Управление кризисными ситуациями.
5. Отношения с местными органами власти и самоуправления.
6. Отношения с персоналом.
7. Маркетинговые PR-кампании (стимулирование спроса).
8. Организация специальных мероприятий или комплексов различных событий.
9. Содействие повышению конкурентоспособности фирмы.
10. Поиск партнеров для социального взаимодействия.

Этапы формирования и проведения PR-кампаний.

Модель, составленная из семи элементов, содержит: оценку ситуации; определение целей; определение аудитории; выбор каналов коммуникации, инструментов и техники воздействия; планирование бюджета; реализацию плана кампании; оценку результатов.

В более общем виде процесс подготовки и реализации PR-кампании сводится к комбинации четырех элементов: исследования, действия, коммуникации и оценка (формула RACE - research, action, communication and evaluation).

Тема 3. Связи с общественностью в структуре маркетинговых коммуникаций в современном спорте.

Корпоративная культура в сфере физической культуры представляет собой особый тип отношений. Коллектив физкультурной секции проходит совместно тяжелые физические испытания и добивается труднодостижимых результатов, развиваясь параллельно друг с другом, такого рода деятельность очень сближает коллектив. Важно чтобы тренер ведущий группу проявлял себя как равноценный член коллектива, друг или "боевой товарищ". Организация совместного досуга позволит добиться ещё более высокого уровня лояльности по отношению к заведению.

Интересно отметить, что если в коммерческой сфере определенный дресс-код или соблюдение корпоративного кодекса могут вызывать недовольство и даже раздражение со стороны участников корпоративной культуры, то в сфере физической культуры соблюдение подобных правил чаще радует и заставляет почувствовать себя необыденно. Люди с охотой покупают аксессуары для физической культуры, специальные костюмы, ходят на платные мероприятия, разговаривают на своем языке и даже по-своему здороваются. Все эти и остальные составляющие корпоративной культуры имеют особую важность при продвижении физкультурных организаций.

В виду того что здоровый образ жизни является актуальной темой для нашего государства, городские и районные администрации проявляют активное содействие к развитию различных физкультурных направлений. Сотрудничество с администрациями, организация и участие в различных массовых мероприятиях является хорошим способом для продвижения физкультурного направления или организации. Примером таких мероприятий могут служить: участие в парадах в честь дня города, проведение массовых зарядок или открытых мастер-классов, организация показательных выступлений на знаковых мероприятиях города.

Своеобразным трендом сегодняшнего времени является продвижение физкультурных направлений и спорта через интернет, посредством распространения видео-роликов. Такого рода ролики можно условно разделить на мотивационные и обучающие.

Тема 4. Роль рекламы и связей с общественностью в отечественном профессиональном спорте и спорте высших достижений.

Спорт - это индивидуальная подготовка, бесконечное совершенствование и участие в соревнованиях с целью достижения максимального результата.

Как правило, спорт подразделяют по 3 основным критериям:

1. Уровень подготовки и спортивного мастерства. Такой спорт называют большим или спортом высших достижений, либо это массовый спорт;
2. Получение заработной платы и вознаграждений за спортивную деятельность. Профессиональный или любительский спорт;
3. Место и сфера реализации. Будь то студенческий, профессионально-прикладной, юношеский, спорт инвалидов, ветеранский спорт и т.д.

Большой спорт - это часть спорта, которая направлена на достижение высоких спортивных результатов на официальных спортивных соревнованиях как локального, так и международного характера.

10 <https://ru.wikipedia.org>

11

Массовый спорт - спорт, который включает в себя первоначальные этапы длительной спортивной подготовки, этапы спортивного развития.

Профессиональный спорт - это та часть спорта, которая направлена непосредственно на организацию спортивных мероприятий, за участие в которых спортсмены, а так же их тренеры получают вознаграждение и, как правило, заработную плату.

Любительский спорт - спортивные занятия людей, которые не являются их профессиональным делом и основным источником дохода, т.е. та деятельность, которая представляется как хобби.

Цель любой спортивной организации профессионального спорта - сформировать позитивное мнение в сознании общественности и в частности у целевой аудитории. Доброе имя и авторитет помогают в поисках спонсоров, в привлечении новых и удержании уже имеющих болельщиков, а так же в осуществлении коммерческих проектов. Поддержание положительного восприятия образа спортивного клуба или организации имеет не только психологически-моральный характер, но экономическую основу. Позитивные отношения с болельщиками, федерациями, спортсменами, партнерами и спонсорами создают благоприятный фон для проведения коммерческих кампаний. Спортивные организации увеличивают интерес общества к спорту.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

The Gallup Organization World Wide Web Server Институт Гэллопа. - <http://www.gallup.com/index.html>

Портал, посвященный вопросам спортивного менеджмента и маркетинга www.sportmanagement.ru - www.sportmanagement.ru

Электронная библиотека ?Библиотека международной спортивной информации? - www.bmsi.ru

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Информационная лекция - Она ориентирована на объяснение магистрантам научной информации. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы. Лекция - это систематизация научных знаний на высоком уровне, что позволяет создавать большое количество ассоциативных связей в процессе осмысления информации по субъектам, изложенной в конкретном курсе. Как правило, в основе указанных теоретических положений даются научно-концептуальные и концептуальные основы всего курса или его больших разделов. Проблемная лекция - на проблемной лекции знания вводятся как "неизвестное", которое необходимо "открыть". Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. При этом выдвигаемая проблема требует не однотипного решения, готовой схемы которого нет. Данный тип лекции строится таким образом, что деятельность магистранта по ее усвоению приближается к поисковой, исследовательской. На подобных лекциях обязателен диалог преподавателя и магистрантов.
практические занятия	На практических занятиях: Работа в команде - совместная деятельность магистрантов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности. Case-study - анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений. Игра - ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах.
самостоятельная работа	Советы по планированию и организации времени магистрантов обучающихся заочно, необходимого для изучения дисциплины. Рекомендуется следующим образом организовать время, необходимое для изучения дисциплины: В период установочной сессии и во время сессии: Работа с литературой - 1 час в неделю. Подготовка к семинарскому занятию - 3 часа. Подготовка к письменному домашнему заданию - 2 часа. Подготовка к итоговому контролю - 6 часов. Описание последовательности действий магистранта ('сценарий изучения дисциплины'). Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется следующая последовательность действий: 1. В течение недели выбрать время для работы с литературой по рекомендуемому перечню. 2. При подготовке к практическим занятиям следующего дня необходимо сначала усвоить основные понятия и категории по теме домашнего задания. При выполнении задания нужно сначала понять, что требуется в результате её решения, какой теоретический материал нужно использовать, наметить план решения задачи. Если это не дало результатов, и Вы сделали задачу 'по образцу' аудиторной задачи, или из методического пособия, нужно после решения такой задачи обдумать ход решения и попробовать решить аналогичную задачу самостоятельно.
зачет	Цель зачета - установление действительного знания магистранты в соответствии с программой курса Реклама и связи с общественностью в спорте, требованиям государственного стандарта и соответственно экзаминатора. Порядок проведения зачета: 1. Получение вопросов к зачету. 2. Подготовка вопросов к зачету. 3. Получение билетов на зачете. 4. Подготовка на зачете. 5. Ответ. 6. Выставление и получение оценки.

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

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе "Спортивная журналистика".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.2 Реклама и связи с общественностью в спорте

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Спортивная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Основная литература:

Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Электронный ресурс]: учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело, 2016. - 520 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html>

Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Чумиков А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия 'Учебник нового поколения') - ISBN 978-5-7567-0819-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>

Основы журналистской деятельности [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Распопова С.С. - М. : Аспект Пресс, 2018. - 272 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708929.html>

Алексеев К.А., Основы спортивной журналистики [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Алексеев К.А., Ильченко С.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 232 с. - ISBN 978-5-7567-0853-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708530.html>

Дополнительная литература:

Щепилова Г.Г., Реклама в СМИ: история, технологии, классификация [Электронный ресурс] / Щепилова Г.Г. - М. : Издательство Московского государственного университета, 2010. - 464 с. - ISBN 978-5-211-05799-9 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211057999.html>

Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2014. - 324 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394007927.html>

Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л.С. Набокова, Е.А. Ноздренко, И.А. Набоков - Красноярск : СФУ, 2016. - 242 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763834130.html>

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.2 Реклама и связи с общественностью в спорте

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Спортивная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.