

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



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Минзарипов Р.Г.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Пиар-технологии в спорте Б3.В.9

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. Бурганова Л.А., проф. Тузиков А.Р.

**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

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

Ознакомление студентов с основами связей с общественностью в индустрии спорта и физической культуры, а также привлечение их к самостоятельной деятельности в сфере PR в спорте. Формирование базовых теоретических знаний по данному направлению деятельности. Формирование профессиональных навыков в области применения пиар-технологий в спорте.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.9 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к вариативной части. Осваивается на 3, 4 курсах, 6, 7 семестры.

Курс "Пиар-технологии в спорте" относится к числу вариативных курсов в общей части профиля в подготовке бакалавра. Для его изучения необходимы знания, полученные в курсах "Теория и практика связей с общественной", "Менеджмент организации", "Менеджмент", "Маркетинг", "Социология". На курс "Пиар-технологии в спорте" могут, в той или иной степени, опираться различные последующие по времени изучения 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 магистра.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-10	использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования
ок-17	знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии
ок-6	стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
ок-8	сознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
пк-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-3	способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
пк-35	способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4); - владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

Структуру государственных и негосударственных организаций занимающихся PR-деятельностью в спорте в Российской Федерации;

- Специфику применения PR-технологий в спорте;

2. должен уметь:

- анализировать отечественный и зарубежный опыт в применении пиар-технологий в спорте;

- оценивать эффективность деятельности различных PR-структур в спорте;

3. должен владеть:

- навыками разработки и реализации PR-кампании по продвижению спортивных событий международного, федерального, регионального уровня с применением различных PR-технологий;

- терминологическим аппаратом предмета "Пиар-технологии в спорте";

4. должен продемонстрировать способность и готовность:

- навыками организации и проведения имиджевых спортивных мероприятий с учетом специфики профессиональной деятельности той или иной кампании;

- терминологическим аппаратом предмета;

-применять полученные знания на практике.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре; экзамен 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. PR-технологии с современным спорте.	6	1-4	4	4	0	устный опрос
2.	Тема 2. Зарубежный опыт применения PR-технологий в спорте.	6	5-8	4	4	0	устный опрос научный доклад
3.	Тема 3. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте.	6	9-12	4	5	0	презентация
4.	Тема 4. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампании.	6	13-18	4	5	0	устный опрос
5.	Тема 5. PR-кампании ?знаковых? спортивных соревнований.	7	1-4	4	4	0	презентация устный опрос
6.	Тема 6. Привлечение СМИ к проведению PR-кампаний.	7	5-8	4	4	0	устный опрос
7.	Тема 7. Пиар-технологии применяемые в любительском и профессиональном спорте.	7	9-12	5	5	0	устный опрос
8.	Тема 8. PR-акции в спорте	7	13-17	5	5	0	устный опрос дискуссия
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	экзамен
	Итого			34	36	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. PR-технологии с современным спорте.

###### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Спорт индустрия как объект PR-деятельности. Задачи PR в спорте.

###### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Современная практика PR-деятельности в спорте

##### Тема 2. Зарубежный опыт применения PR-технологий в спорте.

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Наиболее авторитетные международные структуры занимающиеся PR-деятельностью в спорте.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Телевидение как инструмент PR-деятельности в спорте. Привлечение новейших технических средств для популяризации спорта Коммерчески "привлекательные" и "не привлекательные" виды спорта

**Тема 3. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Объект и субъект PR-кампании в спорте. Выявление потенциальной аудитории. Способы привлечения аудитории. Хронологические рамки PR-кампании спортивного мероприятия.

**практическое занятие (5 часа(ов)):**

Формирование бюджета PR-кампании. Способы привлечения инвесторов. Этапы проведения PR-кампании

**Тема 4. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампании.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Степень информированности населения Количество непосредственных участников соревнований Статус соревнования

**практическое занятие (5 часа(ов)):**

Освещение в СМИ. Отзывы специалистов (экспертов, спортивных журналистов, представителей федераций по видам спорта, спортивных функционеров и чиновников), Финансовые итоги проведенного мероприятия.

**Тема 5. PR-кампании ?знаковых? спортивных соревнований.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Понятие "знаковое" спортивное событие. Виды "знаковых" спортивных событий

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Участие государственных структур в проведении "знаковых" спортивных мероприятиях. Уровни "знаковых" мероприятий: Олимпийские игры (зимние, летние), Универсиады (зимние, летние), Чемпионаты мира по видам спорта, Континентальные чемпионаты по видам спорта и т.д.

**Тема 6. Привлечение СМИ к проведению PR-кампаний.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Способы привлечения СМИ. Виды договорных взаимоотношений со СМИ.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Освещение PR-кампании, спортивного события, итогов.

**Тема 7. Пиар-технологии применяемые в любительском и профессиональном спорте.**

**лекционное занятие (5 часа(ов)):**

Понятие "бренд" в современном спорте, этапы его эволюции.

**практическое занятие (5 часа(ов)):**

Влияние различных средств и методов Public Relations на формирование и поддержание бренда. Создание и популяризация спортивного бренда с помощью широкого спектра инструментов PR.

**Тема 8. PR-акции в спорте**

**лекционное занятие (5 часа(ов)):**

Сущность PR-акций в спорте. Формирование имиджа, доброго имени авторитета.

**практическое занятие (5 часа(ов)):**

Поиск спонсоров, привлечение новых и удержание имеющихся контингентов болельщиков, осуществление коммерческих проектов.

**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. PR-технологии с современным спорте.	6	1-4	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Зарубежный опыт применения PR-технологий в спорте.	6	5-8		4	научный доклад
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
3.	Тема 3. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте.	6	9-12	подготовка к презентации	10	презентация
4.	Тема 4. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампании.	6	13-18	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
	Итого				38	

## 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. PR-технологии с современным спорте.

устный опрос , примерные вопросы:

### Тема 2. Зарубежный опыт применения PR-технологий в спорте.

научный доклад , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

### Тема 3. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте.

презентация , примерные вопросы:

### Тема 4. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампании.

устный опрос , примерные вопросы:



**Тема 5. PR-кампании ?знаковых? спортивных соревнований.**

**Тема 6. Привлечение СМИ к проведению PR-кампаний.**

**Тема 7. Пиар-технологии применяемые в любительском и профессиональном спорте.**

**Тема 8. PR-акции в спорте**

**Тема . Итоговая форма контроля**

**Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету и экзамену:

контрольные вопросы:

1. Понятие, сущность, задачи PR в современном спорте.
2. Современный спорт в системе общественных отношений, понятие "государственная политика в области физической культуры и спорта".
3. Государственный пиар в спорте.
4. Природа государственной политики в спорте.
5. Место PR в индустрии спорта.
6. Принципы пиар в спорте.
7. Особенности, формы реализации пиар-технологий в спорте.
8. Пиар в любительском спорте, массовом спорте, профессиональном спорте, спорте высших достижений.
9. Субъекты и объекты пиар в области спорта.
10. Правовое регулирование пиар в спорте.
11. Пиар международных спортивных мероприятий.
12. Регулирование международного пиар в области спорта.
13. Пиар и государственная политика в области развития спорта.
- 14 Проблемы и перспективы развития пиар в спорте в РФ.

### **7.1. Основная литература:**

1. Ворошилов, Валентин Васильевич. Современная пресс-служба: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление" / В. В. Ворошилов; С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. ?Москва: КноРус, 2009. ?221с.
2. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. - М.: КноРус, 2009. - 431 с.
3. Костина, Анна Владимировна. Основы рекламы: учебное пособие: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным специальностям / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпучин. ?3-е изд., стер.. ?Москва: КноРус, 2010. ?399 с.
4. Теория и практика связей с общественностью: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" / А. В. Кочеткова [и др.]. ?2-е изд.. ?Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2010. ?233 с.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публичкейшнз, брендинг : учебное пособие. Москва Дашков и К-, 2012. - 325 с.  
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7805>

### **7.2. Дополнительная литература:**

1. Антипов К.В. Основы рекламы: учебник. Москва Дашков и К-, 2012.  
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7792>
2. Гостев А., Новикова Т, Огилви Д. Огилви о рекламе. Москва Издательство "Манн, Иванов и Фербер", Эксмо Издательство "Манн, Иванов и Фербер", Эксмо, 2013.  
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=13585>



3. Замедлина Е. А. Реклама: Учебное пособие. 2. Москва Издательский Центр РИОР Москва Издательский Дом "ИНФРА-М", 2012. <http://znanium.com/go.php?id=304918>

4. Музыкант Валерий Леонидович. Реклама: Учебное пособие. Москва Издательский Центр РИОР Москва Издательский Дом "ИНФРА-М", 2011. <http://znanium.com/go.php?id=226964>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

библиотека политического образования - [www.lib.politeducation.ru](http://www.lib.politeducation.ru)

Интернет-сайт Президента Российской Федерации - <http://www.kremlin.ru/>; <http://президент.рф/>

Комиссия Совета Федерации по физической культуре, спорту и развитию олимпийского движения - <http://www.council.gov.ru/committee/item1649608.html>

Комитет Государственной Думы по физической культуре и спорту - <http://www.komitet6.km.duma.gov.ru>

Международный каталог спортивных интернет-ресурсов - <http://www.sportfiles.ru>

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

Международный спортивный форум "Россия - спортивная держава" - <http://www.sportforumrussia.ru>

Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации - <http://www.minstm.gov.ru>

Национальная информационная сеть "Спортивная Россия" - <http://www.infosport.ru>

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

"Российская газета" (официальный источник опубликования законов и подзаконных нормативных правовых актов органов власти Российской Федерации). - <http://www.rg.ru>

Совет при Президенте Российской Федерации по развитию физической культуры и спорта, подготовке и проведению XXII Олимпийских зимних игр, XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи, XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 года в г. Казани, чемпионата мира по футболу 2018 года - <http://www.sportsovet.ru>

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

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Пиар-технологии в спорте" 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 "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

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. Бурганова Л.А., проф. Тузиков А.Р. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.