

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Факультет физической культуры и спорта

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 13 от 30.11.2022 г.

Рабочая программа дисциплины
PR-технологии в спортивном менеджменте

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
49.03.03 - Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Направленность образовательной программы
Организация активного отдыха, фитнес и спортивно-оздоровительный туризм

Форма обучения
очная, заочная

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.06 PR-технологии в спортивном менеджменте относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-10: Способен конструировать и продвигать туристский продукт и циклы оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов	<p>ПК-10.1: Знает: - основные понятия и виды туристского продукта и условия его продвижения; - теорию и методы продвижения туристского продукта и циклов оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов; - особенности организации и продвижения туристского продукта и циклов оздоровительно-рекреационного обслуживания; - основные направления туристской деятельности и их содержание (туроперейтинг, менеджмент, анимация); - понятие технологии турагентской и туроператорской деятельности;</p> <p>ПК-10.2: Умеет: - формировать туристский продукт, описывать факторы развития туризма и рекреации различных социально-демографических групп населения и туристов; - строить модель продвижения туристского продукта и циклов</p>	<p>ПК-10.1: Знать теоретические основы построения пиар коммуникаций в рамках продвижения туристского продукта</p> <p>ПК-10.2: уметь выстраивать пиар коммуникации в рамках продвижения туристского продукта, в том числе и в цифровой среде</p> <p>ПК-10.3: владеть навыками оценки эффективности пиар коммуникаций</p>	<p>Задания</p> <p>Тест</p>	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

	<p>оздоровительно-рекреационного обслуживания.</p> <p>ПК-10.3: Имеет опыт: - моделирования туристкой и рекреационной деятельности; - владения методическими приемами реализовывать технологии турагентской и туроператорской деятельности, методами анализа спроса и формирования предложений туристских, рекреационно-реабилитационных и туристских услуг на макро-региональном и региональном уровнях. - владения навыками оценки эффективности продвижения туристского продукта и циклов оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов.</p>			
<p>ПК-6: Способен осуществлять маркетинговую деятельность и продвижение услуг в области физической культуры, спорта, рекреации, фитнеса и туризма</p>	<p>ПК-6.1: Знает: - основы маркетинговой деятельности в области рекреации, физической культуры, спорта, фитнеса и туризма; - организационно-экономические методы продаж туристских и рекреационных услуг;</p> <p>ПК-6.2: Умеет: - применять инструменты продвижения услуг в области физической культуры, спорта, рекреации, фитнеса и туризма; - использования различные виды рекламы рекреационных форм занятий и туризма, их специфику в зависимости от объекта рекламы и изменения конъюнктуры.</p> <p>ПК-6.3: Имеет опыт: - использования подходов, методов, инструментов маркетинговой</p>	<p>ПК-6.1: знать теоретические основы построения пиар коммуникаций в сфере рекреации, физической культуры, спорта, фитнеса и туризма;</p> <p>ПК-6.2: уметь применять пиар коммуникации как инструмент продвижения услуг в области физической культуры, спорта, рекреации, фитнеса и туризма</p> <p>ПК-6.3: владеть навыками построения пиар коммуникаций в области физической культуры, спорта, рекреации, фитнеса и туризма</p>	<p>Задания</p> <p>Тест</p>	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

	деятельности в области рекреации, фитнеса, спорта и туризма; - методами анализа спроса и формирования предложений туристских, рекреационно- реабилитационных и туристских услуг на макро- региональном и региональном уровнях			
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3	3
Часов по учебному плану	108	108
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	36	6
- КСР	2	2
самостоятельная работа	16	87
Промежуточная аттестация	36 Экзамен	9 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ
Тема 1. PR-технологии в современной индустрии спорта	15	19	5	1	6	1	11	2	4	17
Тема 2. Зарубежный и российский опыт применения PR в индустрии спорта	11	18	3	0	6	1	9	1	2	17
Тема 3. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте	14	20	4	1	8	2	12	3	2	17
Тема 4. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампаний спортивного события	16	19	4	1	8	1	12	2	4	17
Тема 5. Привлечение СМИ к проведению спортивных PR-кампаний	14	21	2	1	8	1	10	2	4	19

Аттестация	36	9								
КСР	2	2					2	2		
Итого	108	108	18	4	36	6	56	12	16	87

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. PR-технологии в современной индустрии спорта. Место PR в система маркетинговых коммуникаций. Особенности пиара как вида продвижения

Тема 2. Зарубежный и российский опыт применения PR в индустрии спорта. Определение пиар-коммуникаций. Подходы к классификации целевой аудитории пиар-коммуникации

Тема 3. Разработка и реализация PR-кампаний в спорте. Особенности проведение пиар-кампаний в спорте. Специальные события как медиаповод

Тема 4. Критерии оценки эффективности проведения PR-кампании спортивного события

Тема 5. Привлечение СМИ к проведению спортивных PR-кампаний. Пресс и пост релизы. Правила написания. Методы оценки качества текстового контента

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "PR-технологии в спортивном менеджменте"

(<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4720>).

Иные учебно-методические материалы: Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение отдельных тем рабочей программы. Таких, как подходы к разработке маркетинговой стратегии PR-кампании, формирование имиджа отдельных видов спорта. Цель самостоятельной работы - подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело. В рамках дисциплины используются следующие виды самостоятельной работы:

1. Изучение понятийного аппарата дисциплины

Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена усвоению понятийного аппарата, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии. Лучшему усвоению и пониманию дисциплины помогут различные энциклопедии, словари, справочники и другие материалы, указанные списке литературы.

2. Изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану

Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема

знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

3. Работа над основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям и материалам периодических изданий. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций. Вариантом работы с учебной литературой может быть составление mind-мар по основным терминам, изученным в рамках курса.

4. Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию студент должен быть готов последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Одно из заданий – подготовка обзора выбранного студентом вида спорта и разработка PR стратегии повышения его популярности. При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения: характеристика вида спорта, история, основные игроки на рынке (мировом, российском, региональном), оценка уровня популярности, существующие проблемы, перспективы развития, предлагаемые маркетинговые стратегии, их сравнение, выбор наиболее эффективной. Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в среде Power Point, что существенно повышает степень визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

Задание 1

Проанализировать PR-кампании Летней Универсиады 2013 года в Казани и Зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи, особое внимание следует уделить роли государственных структур, а также ресурсной базе реализованных кампаний. На основе изученных данных студентам предлагается оценить сильные и слабые стороны реализованных проектов (провести SWOT анализ)

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

Задание по управленческому анализу внутренней среды

Провести анализ факторов внутренней среды и заполнить таблицу для выбранной компании:

Функциональные зоны анализа	Внутренние сильные стороны компании	Внутренние слабые стороны компании
-----------------------------	-------------------------------------	------------------------------------

Маркетинг	
Производство	
Персонал	
Финансы	
Корпоративная культура	

Варианты задания: малое предприятие, занимающееся продажей спортивного питания; ФОК, детская спортивная секция, сеть спортивных клубов, ИП, занимающийся разработкой индивидуальных программ тренировок и т.д.

Примерный план проведения управленческого обследования внутренней среды компании:

1. Общие сведения о компании, историческая справка (если компания реальна);
2. Список источников информации;
3. Обоснования формулировок;
4. Заполнение приведенной таблицы.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	задание выполнено верно, возможно с незначительными недочетами
не зачтено	задание не выполнено или выполнено со значительными ошибками

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

1. В противовес личной продаже и стимулированию продажи реклама и пропаганда (паблисити) являются примерами стратегии проталкивания
являются примерами стратегии привлечения
нацелены на конкретные каналы распределения
нацелены на нужды целевого рынка
нацелены на изучение покупательского поведения
2. Бесплатным (формально) является следующий вид продвижения

Реклама

Личная продажа

Пропаганда

Стимулирование сбыта

3. Виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке – это:

А) поддержка торговой активности

Б) персональные продажи

В) **стимулирование сбыта**

Г) имидж

4. Достижение высокой общественной репутации фирмы – это:

А) сейлз-промоушн

Б) **паблик-релейшнз**

В) директ-маркетинг

Г) таргетинг

5. Выберите лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

А) прямая реклама

Б) безличная реклама

В) товарная реклама

Г) престижная реклама

6. Выберите верное определение: малоформатное нефальцованное или одногибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

А) **листовка**

Б) плакат

В) буклет

Г) проспект

7. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:

А) рынок

Б) рекламное агентство

В) **средство распространения рекламы**

Г) таргетинг

8. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним?

А) товарная реклама

Б) престижная реклама

В) **информативная реклама**

Г) увещательная реклама

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

При определении целевых сегментов не учитываются отношения покупателей к товарам конкурентов

1. Да

2. Нет

Фирма McDonalds скорее всего реализует (объясните свой выбор):

- *недифференцированный маркетинг*
- дифференцированный маркетинг
- целевой (концентрированный) маркетинг

Туристическая фирма для сегментирования рынка скорее всего сначала воспользуется:
географическими признаками

1. демографическими признаками
2. *психографическими признаками*
3. поведенческими признаками

Закончите предложения:

Маркетинговое исследование, предполагающее использование лишь вторичной информации, имеющей непосредственное отношение к рассматриваемой проблеме, называется ...*кабинетным*

Общий объем реализации по конкурентному товару на конкретном рынке за определенное время - ...*емкость рынка*

Определите верными (ответ «ДА») или ложными («НЕТ») являются следующие утверждения:

Для решения некоторых проблем достаточно ограничиться использованием лишь вторичной информации *ДА*

Использование при маркетинговом исследовании вторичной информации позволяет сэкономить время и сократить затраты на его проведение *ДА*

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	доля верных ответов более 60%
не зачтено	доля верных ответов от 0 до 59%

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				

(индикатор достижения)							
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»

	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-10

Понятие, сущность, задачи PR в современном спорте.

Современный спорт в системе общественных отношений, понятие "государственная политика в области физической культуры и спорта".

Государственный пиар в спорте.

Природа государственной политики в спорте.

Место PR в индустрии спорта. Принципы пиар в спорте.

Особенности, формы реализации пиар-технологий в спорте.

Пиар в любительском спорте

Пиар в массовом спорте

Пиар в профессиональном спорте

Пиар в, спорте высших достижений

Субъекты и объекты пиар в области спорта.

Правовое регулирование пиар в спорте.

Пиар международных спортивных мероприятий.

Регулирование международного пиар в области спорта.

Пиар и государственная политика в области развития спорта.

Проблемы и перспективы развития пиар в спорте в РФ.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Критерии оценки эффективности пиар кампании

Целевая аудитория пиар кампании
Формирование бюджета пиара

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Мандель Борис Рувимович. PR: методы работы со средствами массовой информации : Учебное пособие / Сибирский университет потребительской кооперации. - 2. - Москва : Вузовский учебник, 2023. - 238 с. - Среднее профессиональное образование. - ISBN 978-5-9558-0615-0. - ISBN 978-5-16-108852-4. - ISBN 978-5-16-013868-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=837314&idb=0>.
2. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум / Е. Н. Голубкова. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 363 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-04357-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=839680&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Шпаковский Вячеслав Олегович. PR-дизайн и PR-продвижение : Учебное пособие / Пензенский государственный университет. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-9729-0217-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=622795&idb=0>.
2. Гойхман Оскар Яковлевич. Организация и проведение мероприятий : Учебное пособие / Российский новый университет. - 3-е изд. ; перераб. и доп. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 194 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-015949-2. - ISBN 978-5-16-108338-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=738870&idb=0>.
3. Коноваленко М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. - Москва : Юрайт, 2023. - 393 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-00765-7. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846125&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

- программное обеспечение в составе Word, Excel, MS Power Point.
- Консультант +;

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 49.03.03 - Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм.

Автор(ы): Ангелова Ольга Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Трифонов Юрий Васильевич, доктор экономических наук.