

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 президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

PR-технологии в спортивном менеджменте

---

Уровень высшего образования

Магистратура

---

Направление подготовки / специальность

49.04.01 - Физическая культура

---

Направленность образовательной программы

Менеджмент и экономика в сфере физической культуры и спорта

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.03 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-2: Готов к анализу и оценке внутренней и внешней среды физкультурно-спортивной организации, эффективности ее деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности	ПК-2.1: Знать: - научные основы анализа внутренней и внешней среды физкультурно-спортивной организации; ПК-2.2: Уметь: - разрабатывать стратегии развития физкультурно-спортивной организации на основе анализа внутренней и внешней среды; - организовывать ресурсное обеспечение деятельности физкультурно-спортивных организаций различного вида и уровня. ПК-2.3: Имеет опыт: - определения эффективности физкультурно- спортивной деятельности	ПК-2.1: Знать: - научные основы анализа внутренней и внешней среды физкультурно-спортивной организации  ПК-2.2: Уметь: - разрабатывать стратегии развития физкультурно-спортивной организации на основе анализа внутренней и внешней среды; организовывать ресурсное обеспечение деятельности физкультурно-спортивных организаций различного вида и уровня  ПК-2.3: Владеть: - определения эффективности физкультурно-спортивной деятельности	Доклад	Зачёт: Контрольные вопросы

## 3. Структура и содержание дисциплины

### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	2	2
Часов по учебному плану	72	72
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		

- занятия лекционного типа	10	8
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	10	4
- КСР	1	1
самостоятельная работа	51	55
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	4 Зачёт

### 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				
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	
Тема 1. Исторические этапы развития рекламы и пиар технологий в физической культуре и спорте	8	9.5	1	1	1	0.5	2	1.5	6	8	
Тема 2. Пиар технологии в современном обществе	12	10.5	2	2	2	0.5	4	2.5	8	8	
Тема 3. Рекламный процесс и его участники	10	9.5	1	1	1	0.5	2	1.5	8	8	
Тема 4. Реклама как продукт: основные жанры рекламы	10	10	2	1	2	1	4	2	6	8	
Тема 5. Психологические аспекты восприятия рекламы	11	9.5	1	1	2	0.5	3	1.5	8	8	
Тема 6. Рекламная кампания и этапы её проведения	11	9.5	2	1	1	0.5	3	1.5	8	8	
Тема 7. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности	9	8.5	1	1	1	0.5	2	1.5	7	7	
Аттестация	0	4									
КСР	1	1						1	1		
Итого	72	72	10	8	10	4	21	13	51	55	

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Исторические этапы развития рекламы и пиар технологий в физической культуре и спорте

Тема 2. Пиар технологии в современном обществе

Тема 3. Рекламный процесс и его участники

Тема 4. Реклама как продукт: основные жанры рекламы

Тема 5. Психологические аспекты восприятия рекламы

Тема 6. Рекламная кампания и этапы её проведения

Тема 7. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности

### 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.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра. Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме самостоятельных работ на занятиях (контроль знания студентами основных терминов и понятий курса) и тестирования.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах:

- подготовка к практическим занятиям;
  - подготовка к контрольным мероприятиям (устным опросам, экзамену);
- подготовка докладов

## **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 - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-2:**

Темы докладов

Тема 1. Исторические этапы развития рекламы и пиар технологий в физической культуре и спорте

1. Периодизация развития рекламных технологий.
2. Взаимное влияние рекламы и СМИ на развитие физической культуры и спорта.

Тема 2. Пиар технологии в современном обществе

1. Значение и роль рекламы в современном обществе
2. Тенденции развития пиар технологий в физической культуре и спорте.

Тема 3. Рекламный процесс и его участники

1. Структура рекламного процесса и его участников.
2. Значение рекламных агентств в современном обществе.
3. Основные характеристики каналов распространения рекламы в физической культуре и спорте.

#### Тема 4. Реклама как продукт: основные жанры рекламы

1. Принципы разработки рекламного продукта
2. Структура рекламного материала для радио, печатных и телевизионных СМИ.

#### Тема 5. Психологические аспекты восприятия рекламы.

1. Сегментация целевых аудиторий в физической культуре и спорте.
2. Значение изучения воздействия рекламы в физической культуре и спорте.

#### Тема 6. Рекламная кампания и этапы её проведения

1. Медиаизмерения, или рейтинговые исследования аудитории СМИ при проведении рекламной кампании.
2. Выбор медиа и определение медиамикса.
3. Медипланирование.
4. Оценка эффективности рекламных кампаний.

#### Тема 7. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности

1. Причины возникновения правового и этического регулирования рекламной деятельности.
2. Особенности регулирования рекламы в физической культуре и спорте.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки. Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме. Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами

Оценка	Критерии оценивания
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

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

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<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 отдельными 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	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели	Имеется минимальный набор навыков для решения	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продemonстрированы навыки при решении нестандарт	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартны

	вследствие отказа обучающегося от ответа	место грубые ошибки	стандартны х задач с некоторым и недочетами	х задач с некоторым и недочетами	х задач без ошибок и недочетов	ных задач без ошибок и недочетов	х 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-2

Тема 1. Исторические этапы развития рекламы и пиар технологий в физической культуре и спорте

1. Назовите причины появления рекламы в допечатный период.
2. Какие основные виды рекламной деятельности в спорте применялись в допечатный период.
3. Расскажите о значении вывесок в ранней истории рекламы и сегодня. Изменилась ли их роль?
4. Какие изменения в рекламе повлекло изобретение печатного станка.
5. Какое значение для распространения рекламы в физической культуре и спорта имеют разные типы печатных СМИ?

6. Как реклама повлияла на формирование внешнего облика и внутреннего содержания пиар кампаний в физической культуре и спорте.
7. Назовите новые основные средства массовой информации применяемые в пиар технологиях в XX веке
8. Проведите сравнительный анализ современных СМИ применяемых в пиар технологиях спорта и физической культуры.
9. Можно ли говорить о взаимном влиянии рекламы и средств массовой информации друг на друга и в чём это проявляется?

## Тема 2. Пиар технологии в современном обществе

1. Назовите основные функциональные роли рекламы в физической культуре и спорте. Приведите примеры их проявления
2. Какие классификационные критерии пиар технологий вы считаете наиболее важными для ФКС и почему?
3. Какие негативные и позитивные впечатления вызывает у вас современная реклама в физической культуре и спорте. Обоснуйте свою точку зрения.
4. Как вы оцениваете глобализационные процессы в современных пиар технологиях?

## Тема 3. Рекламный процесс и его участники

1. Что такое рекламный процесс и кто в нём участвует?
2. Охарактеризуйте цели и задачи рекламодателя при размещении рекламы о спортивном мероприятии.
3. Какова функция рекламных агентств. Каким образом строятся их отношения с рекламодателем?
4. Назовите основные характеристики каналов распространения рекламы. Выберите наиболее подходящие для рекламной кампании спортивного мероприятия.
5. Проанализируйте рекламу в спортивных журналах и газетах, предназначенных для разных групп читателей: выделите рекламу имиджевую, увещательную, информативную.
6. Назовите основные недостатки радио рекламы.
7. Каковы основные преимущества телевидения как канала распространения рекламы?
8. Назовите различные форматы наружной рекламы и выскажите своё отношение к ним с точки зрения их присутствия на спортивных мероприятиях.



#### Тема 4. Реклама как продукт: основные жанры рекламы

1. Каковы основные структурные элементы рекламного коллажа? Прокомментируйте роль каждого.
2. Как влияет слоган на целевой сегмент аудитории?
3. Как меняется роль и значение элементов структуры рекламного обращения при распространении рекламы в различных пиар технологиях: в печатных СМИ, на радио и телевидении, в наружной рекламе.
4. Охарактеризуйте основные критерии эффективности рекламного обращения в физической культуре и спорте.
5. В каком из названных каналов рекламы о спортивном мероприятии наиболее уместна - аудиореклама в метро, в наземном транспорте, на радио или в интернете? Обоснуйте.
6. Назовите основные этапы производства рекламных аудио- и видеороликов.

#### Тема 5. Психологические аспекты восприятия рекламы Дайте определение понятия «проблемный регион».

1. Назовите основные критерии выделения целевой группы потребителей.
2. Какие черты портрета потребителей спортивных мероприятий и предприятий наиболее важные и почему?
3. На каких основных принципах построена теория уникального торгового предложения?
4. Какую роль играют мотивации потребителей при восприятии рекламных сообщений?
5. Какова роль и значение воздействия пиар технологий.
6. Что такое эффективность рекламы и какие параметры оказывают влияние на усиление эффекта?

#### Тема 6. Рекламная кампания и этапы её проведения

1. Каковы основные виды исследований, применяются сегодня в рекламной отрасли?
2. Назовите основные этапы проведения рекламной кампании.
3. Какие факторы необходимо учитывать при планировании рекламной кампании в физкультурно-спортивной деятельности.
4. Какие факторы признаются наиболее значимыми для оценки эффективности рекламы?
5. Охарактеризуйте значение и роль стратегического и тактического планирования рекламной кампании.

## Тема 7. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности

1. Какие основные документы регулируют в настоящее время сферу рекламной деятельности?
2. Каково значение и роль правового регулирования в сфере рекламы?
3. Назовите общие требования к пиар кампаниям.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки. Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме. Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

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

### Основная литература:

1. Жильцова Ольга Николаевна. Рекламная деятельность : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. - Москва : Юрайт, 2017. - 233 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9889-4 : 479.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=565830&idb=0>.

### Дополнительная литература:

1. Гуревич Павел Семенович. Социология и психология рекламы : Учебное пособие Для вузов / Гуревич П. С. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2018. - 462 с. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-02457-9 : 1069.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=736964&idb=0>.
2. Домнин Владимир Николаевич. Брендинг : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Домнин В. Н. - Москва : Юрайт, 2017. - 411 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-02980-2 : 959.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=572060&idb=0>.
3. Коноваленко Марина Юрьевна. Психология рекламы и PR : Учебник для бакалавриата и магистратуры / Коноваленко М. Ю., Ясин М. И. - Москва : Юрайт, 2017. - 391 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-00765-7 : 919.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=572060&idb=0>.

lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=578164&idb=0.

4. Селезнева Лариса Васильевна. Подготовка рекламного и PR-текста : Учебное пособие для вузов / Селезнева Л. В. - Москва : Юрайт, 2017. - 159 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-04084-5 : 349.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=564001&idb=0>.

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

fks.unn.ru – сайт факультета ФКС ННГУ им Н.И.Лобачевского

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

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

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 49.04.01 - Физическая культура.

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

Заведующий кафедрой: Летягина Елена Николаевна, кандидат экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 11.01.2024, протокол № 4.