

АННОТАЦИЯ
рабочей программы по дисциплине
РЕКЛАМА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА
основной профессиональной образовательной программы
по направлению подготовки высшего образования
42.03.02 Журналистика

профиль подготовки:

Спортивная журналистика

квалификация – бакалавр

форма обучения – очная

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ:

Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама в сфере ФКиС» составлена в соответствии с учебным планом подготовки *бакалавров* по направлению 42.03.02 Журналистика в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью освоения дисциплины является освоение и реализация студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций, обеспечивающей эффективное рекламно-информационное продвижение сферы физической культуры и спорта в профессиональной деятельности журналиста.

1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Результатом освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Бакалавр по направлению подготовки Журналистика в соответствии с организационно-управленческими, проектно-аналитическими, социально-организационными и производственно-технологическими видами деятельности должен решать следующие профессиональные задачи:

проектно-аналитическая деятельность:

- ✓ участие в разработке и коррекции концепции медиапроекта, определении его формата, в различных видах программирования, планирования;

организационно-управленческая деятельность:

- ✓ участие в соответствии с должностным статусом в организации работы медиапредприятий, их подразделений, творческих коллективов;

социально-организаторская деятельность:

- ✓ привлечение к сотрудничеству со СМИ и другими медиа представителей различных сегментов общества, организаций, учреждений и взаимодействие с ними.

Вышеуказанное через призму дисциплины «Реклама в сфере ФКиС» конкретизируется в следующих задачах:

в сфере проектно-аналитической деятельности:

- осуществлять разработку концепций и программ деятельности СМИ, их модели, формата в ходе реализации рекламных кампаний в сфере физической культуры и спорта;

в сфере организационно-управленческой деятельности:

- анализировать и обобщать актуальные проблемы развития физической культуры и спорта с использованием рекламных средств;

- принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб, осуществлять оперативный контроль за рекламной деятельностью в сфере физической культуры и спорта;

в сфере социально-организаторской деятельности:

- производить планирование и реализацию рекламных кампаний, направленных на популяризацию и продвижение социально значимых проектов в сфере физической культуры и спорта;

в сфере редакторской деятельности:

- осуществлять планирование, организацию и реализацию рекламных кампаний и мероприятий, направленных на продвижение спортивной деятельности, популяризацию и пропаганду занятий физической культурой и спортом.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина Б.3. В.13 относится к *вариативной* части. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается в 3 семестре по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: *экзамен*. Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам:

Русский язык и культура речи; Культурология; Введение в специальность; Основы теории коммуникации; Стилистика и литературное редактирование; Современные информационные технологии; История физической культуры и спорта; Содержание и виды физкультурно-спортивной деятельности.

1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

1.4.1. В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

общекультурные:

- способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-9);

общепрофессиональные:

- способность применять знание основ публичных рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности (ОПК-21).

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	<ul style="list-style-type: none">- теоретические основы рекламной деятельности (ОПК-21);- основные этапы формирования бюджета медиапредприятий, их финансовой и ценовой политике (ОПК-21);- источники формирования бюджета медиапредприятий, их финансовой и ценовой политике (ОПК-21);- формы, методы и средства рекламы на внутреннем и внешнем рынках (ОПК-21);- технологии производства, размещения и распространения рекламы (ОПК-21);- основные приёмы и способы рекламного воздействия (ОПК-21);- функции и отличительные признаки рекламы в системе информационного сопровождения (ОПК-21);- экономические, правовые и организационные приёмы предпринимательской деятельности в сфере рекламы (ОПК-21);- организационные формы управления рекламной деятельностью (ОПК-21);- специфические условия формирования рекламного продукта в системе экономических отношений (ОПК-21);- основные направления развития рекламной деятельности в сфере физической культуры и спорта (ОК-9);- приёмы локализации рисков в ходе проведения рекламной кампании (ОПК-21);- профессиональные функции по рекламе и связям с общественностью в отрасли физической культуры и спорта (ОК-9);- этапы организации рекламных и пиар кампаний, пропагандистских мероприятий по пропаганде здорового образа жизни (ОК-9);- виды рекламы и ее носители при проведении спортивных мероприятий (ОК-9);- правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной деятельности (ОК-9)
Уметь:	<ul style="list-style-type: none">- формировать бюджет медиапредприятий, определять их финансовой и ценовой политике (ОПК-21);- производить отбор видов и средств рекламы (ОПК-21);

	<ul style="list-style-type: none"> - проводить маркетинговые исследования и использовать их результаты (ОПК-21); - составлять концепцию рекламно-информационной деятельности (ОК-9); - использовать инновационные рекламные технологии (ОПК-21); - проводить дифференциацию и сегментацию потребителей и потребительского спроса (ОПК-21); - определять и использовать критерии выбора каналов распространения рекламы (ОПК-21); - составлять медиапланы (ОПК-21); - формировать финансовые сметы расходов на проведение рекламных кампаний (ОПК-21); - использовать инструменты рекламы для освоения новых сегментов рынка (ОПК-21); - рассчитывать показатели эффективности рекламной деятельности (ОПК-21); - анализировать фирменный стиль спортивной организации применительно к выпуску, производству и распространению рекламной продукции при проведении спортивных мероприятий (ОПК-21).
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> - технологиями формирования бюджета медиапредприятий, их финансовой и ценовой политики (ОПК-21); - профессиональной терминологией в сфере рекламной деятельности (ОПК-21); - стратегиями рекламной деятельности и технологиями планирования и реализации рекламных кампаний в сфере физической культуры и спорта (ОПК-21); - приёмами формирования корпоративного имиджа в сфере физической культуры и спорта (ОК-9); - навыками активных коммуникаций в социальной среде потребителей, партнёров и представителей деловых кругов (ОК-9); - информационно-коммуникационными технологиями производства и распространения рекламного продукта в сфере физической культуры и спорта (ОПК-21); - правилами применения правовых и этических норм в сфере рекламы (ОПК-21); - навыками маркетинговых коммуникаций (ОПК-21); - психологическими приёмами и способами рекламно-информационного воздействия на потребителей (ОПК-21); - информацией о социально-экономических зонах риска, конкурентах, форс-мажорных обстоятельствах в области рекламного производства (ОПК-21); - представлениями о перспективах развития рекламы в сфере физической культуры и спорта (ОПК-21); - навыками копирайтинга для составления текстов по спортивной тематике (ОПК-21); - современными технологиями, приемами и средствами деловой коммуникации в отрасли физической культуры и спорта (ОПК-21).

1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:

очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
				3	
Аудиторные занятия (всего)	66*			66	
В том числе:					
Лекции	26			26	
Практические занятия (ПЗ)	40			40	
Семинары					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	114			114	

В том числе:					
Изучение теоретического материала	30			30	
Выполнение письменного домашнего задания	18			18	
Подготовка к практическим занятиям	18			18	
Подготовка к тестированию	4			4	
Расчетно-графические работы					
Рефераты					
Подготовка к текущим, рубежным контролям	8			8	
Подготовка к экзамену	36			36	
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	экзамен				
Общая трудоемкость	Часы	180		180	
	зачетные единицы	5		5	

** интерактивные занятия 14 час.*