

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный государственный Университет физической культуры,
спорта
и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург»**

Кафедра социальных технологий и массовых коммуникаций в спорте

Рабочая программа дисциплины (модуля)

**ПРОПАГАНДА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

49.03.04 Спорт

Направленность (профиль):
Тренерско-преподавательская деятельность в избранном виде спорта

Квалификация:
бакалавр

Форма обучения:
Очная/заочная

Санкт-Петербург, 2025

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Целью дисциплины является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области пропаганды и связей с общественностью сферы физической культуры и спорта и реализация их в своей профессиональной деятельности.

Результатом освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности, включая дополнительные умения, знания и навыки по применению сквозных цифровых технологий в практических областях.

В соответствии с учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе (4 семестр) по очной и 3 курсу (5 семестр) заочной формам обучения. Вид промежуточной аттестации: *зачет*.

1. ИЗУЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ НАПРАВЛЕНО НА ФОРМИРОВАНИЕ СЛЕДУЮЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенций
Профессиональные компетенции	
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.
ОПК-7	Способен формировать осознанное отношение к спортивной и физкультурной деятельности, мотивационно-ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни у лиц, занимающихся физической культурой и спортом.

2.1 ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ:

Код компетенции	Код и наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
УК-3	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия.	<i>Знает:</i> -основные теоретические положения социального взаимодействия; -основы теории коммуникации и делового общения; - задачи пропаганды и связей с общественностью в сфере ФКиС и способы их реализации.
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать взаимодействие, обеспечивающее успешную работу в коллективе.	<i>Умеет:</i> - использовать общегуманитарные и социальные знания для решения задач в области пропаганды ФКиС; -анализировать полученные общегуманитарные и социальные знания в решении задач пропаганды спорта; - применять знания о сфере ФКиС для социального взаимодействия.
	УК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия в профессиональной деятельности.	<i>Владеет:</i> - методами навыками социального взаимодействия в профессиональной деятельности для поддержки имиджа спортсмена и спортивной организации; - способен руководить работой спортивного

		актива и деятельностью волонтеров в области физической культуры и спорта в соответствии задачам пропаганды и связей с общественностью в области ФКиС.
ОПК-7	ОПК-7.1. Знает мотивационно-ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни у лиц, занимающихся физической культурой и спортом.	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -основы общегуманитарных и социальных наук, социальную роль, структуру и функции физической культуры и спорта для формирования установки на ведение здорового образа жизни у лиц, занимающихся физической культурой и спортом; - основные принципы отбора информации о факторах здорового образа жизни для создания агитационного и пропагандистского продукта; - Знает мотивационно-ценностные ориентации и установки для продвижения профессии в сфере физической культуры, национальных интересов, ценности труда и служения на благо Отечества.
	ОПК-7.2. Умеет формировать осознанное отношение к спортивной и физкультурной деятельности, мотивационно-ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни у лиц, занимающихся физической культурой и спортом	<p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания об общечеловеческих ценностях для осуществления пропаганды ФКиС; - использовать принципы работы с населением для формирования общественного мнения о ЗОЖ; - Умеет формировать осознанное отношение к спортивной и физкультурной деятельности с помощью методов и средств пропаганды и связей с общественностью в области ФКиС; - применять информационно-коммуникационные технологии в пропагандистской и агитационной работе в сфере физической культуры и спорта; - выбирать актуальные темы для бесед с обучающимися с целью пропаганды спорта и ЗОЖ; - с помощью современных средств коммуникации формировать у занимающихся установку на здоровый образ жизни и его пропаганду среди окружающих.
	ОПК-7.3. Владеет методиками формирования осознанного отношения к спортивной и физкультурной деятельности, мотивационно-ценностных ориентации и установок на ведение здорового образа жизни у лиц, занимающихся физической культурой и спортом	<p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -методиками формирования осознанного отношения к спортивной и физкультурной деятельности, для решения задач пропаганды отечественного спорта; - навыками проведения с обучающимися теоретических занятий и бесед о пользе, значении физической культуры и спорта, основах здорового образа жизни, о важности физической подготовки к систематическим занятиям и использовании средств физической культуры и спорта для оптимизации

		<p>двигательного режима;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами использования интернет технологий распространения информации для формирования мотивационно-ценностных ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни у лиц, занимающихся физической культурой и спортом; - навыками организации встреч и мастер-классов обучающихся с известными спортсменами; - методами просмотра и обсуждения кино- и видеоматериалов с обучающимися, в том числе трансляций спортивных соревнований, научно-популярных фильмов с целью укрепления мотивации к занятиям физической культурой и спортом.
--	--	--

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ:

очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры								
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Контактная работа преподавателей с обучающимися, в том числе:	32			32						
<i>Занятия лекционного типа</i>	16			16						
<i>Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, лабораторные работы)</i>	16			16						
Промежуточная аттестация (зачет)	6			6						
Самостоятельная работа студента	36			34						
Общая трудоемкость	часы	72		72						
	зачетные единицы	2		2						

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Контактная работа преподавателей с обучающимися, в том числе:	6					6					
<i>Занятия лекционного типа</i>	2					2					
<i>Практические занятия</i>	4					4					
Промежуточная аттестация (зачет)	4					4					
Самостоятельная работа студента, в том числе:	62					62					
<i>Выполнение контрольной работы</i>	6					6					
Общая трудоемкость	часы	72				72					
	зачетные единицы	2				2					

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

1.1. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ИХ КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

№ п/п	Тема (раздел)	Содержание раздела	Результаты обучения в виде знаний, умений, навыков
1.	Роль пропаганды и связей с общественностью в сфере ФКиС: теоретический и исторический аспект	<p>Введение. Основные понятия и определения в дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФКиС». Основные профессиональные термины и понятия. Теория пропаганды, цели пропаганды в сфере ФКиС. Классификация пропаганды как вида деятельности. Соотношение понятий и функций коммуникативных практик: связи с общественностью, реклама, пропаганда, публицити, журналистика. Пропаганда и связи с общественностью: исторический экскурс. Роль государственных органов, социальных институтов и лидеров мнений.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - задачи пропаганды и связей с общественностью в сфере ФКиС и способы их реализации; - основные принципы отбора информации в соответствии с задачами пропаганды ФКиС; - использовать общегуманитарные и социальные знания для решения задач в области пропаганды ФКиС; - способы создания мотивационного информационного продукта для продвижения профессии в сфере физической культуры, национальных интересов, ценности труда и служения на благо Отечества. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать полученные общегуманитарные и социальные знания в решении задач пропаганды спорта; - применять информационно-коммуникационные технологии в области связей с общественностью в сфере спорта; - использовать и анализировать общегуманитарные и социальные знания для решения профессиональных задач пропаганды и связей с общественностью в области ФКиС; - использовать знания об общечеловеческих ценностях для осуществления пропаганды ФКиС; - использовать принципы работы с населением для формирования общественного мнения о ЗОЖ; - использовать и анализировать общегуманитарные и социальные знания для решения профессиональных задач пропаганды и связей с общественностью в области ФКиС; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения полученных общегуманитарных и социальных знаний для решения задач пропаганды отечественного спорта; - навыками анализа информации о достижениях в области международного и отечественного спорта.
2.	Функции и основные	Правовое регулирование деятельности по	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - задачи пропаганды и связей с

	<p>направления пропаганды и связей с общественностью в ФКиС</p>	<p>пропаганде, связям с общественностью и рекламе. Законодательная база РФ в сфере коммуникаций. Целевые аудитории в пропаганде и связях с общественностью в ФКиС. Понятие общественности. Определение целевой. Константы гудвилла: стиль, паблисити, имидж, репутация, бренд.</p>	<p>общественностью в области физической культуры, спорта и здорового образа жизни;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы отбора информации о факторах здорового образа жизни для создания агитационного и пропагандистского продукта; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять информационно-коммуникационные технологии в области связей с общественностью в сфере спорта; - использовать знания в подготовке текстов в соответствии с речевыми стандартами и форматами пропаганды ФКиС; - применять информационно-коммуникационные технологии в пропагандистской и агитационной работе в сфере физической культуры и спорта; - с помощью современных средств коммуникации формировать у занимающихся установку на здоровый образ жизни и его пропаганду среди окружающих. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа текстов и норм речевой практики в соответствии с задачами пропаганды ФКиС; - способен учитывать современные технологические требования при создании агитационных и пропагандистских видео- и аудиоматериалов; - методами использования сетевых технологий распространения информации для формирования общественного мнения об отечественном спорте; - методами передачи массовой спортивной информации, получаемой из разных источников.
3.	<p>Коммуникации в пропаганде и связях с общественностью в сфере ФКиС</p>	<p>Специальные события как инструмент пропаганды и связей с общественностью в сфере ФКиС. Понятие специального события. Поводы и формы проведения специальных событий. Подготовка и организация специальных событий. Организация и проведение коммуникационных кампаний в сфере ФКиС. Виды кампаний. Исследование проблемы</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы отбора информации в соответствии с задачами пропаганды ФКиС; - основы общегуманитарных и социальных наук, социальную роль, структуру и функции физической культуры и спорта для формирования пропагандистского контента; - способы создания мотивационного информационного продукта для продвижения профессии в сфере физической культуры, национальных интересов, ценности труда и служения на благо Отечества. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять информационно-

		и формулировка основных целей и задач. Главная тема и главный лозунг кампании. Общая модель проведения кампании по связям с общественностью.	коммуникационные технологии в пропагандистской и агитационной работе в сфере физической культуры и спорта; - выбирать актуальные темы для бесед с обучающимися с целью пропаганды спорта и ЗОЖ; - с помощью современных средств коммуникации формировать у занимающихся установку на здоровый образ жизни и его пропаганду среди окружающих. <i>Владеет:</i> - методами передачи массовой информации, получаемой из разных источников для поддержки имиджа спортсмена и спортивной организации; - опытом подготовки материалов для публичной речи с учетом задач пропаганды спорта; - способен руководить работой спортивного актива и деятельностью волонтеров в области физической культуры и спорта в соответствии задачам пропаганды и связей с общественностью в области ФКиС; - навыками организации встреч и мастер-классов обучающихся с известными спортсменами; - методами просмотра и обсуждения кино- и видеоматериалов с обучающимися, в том числе трансляций спортивных соревнований, научно-популярных фильмов с целью укрепления мотивации к занятиям физической культурой и спортом.
--	--	--	---

СОДЕРЖАНИЕ ЗАНЯТИЙ ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

ЗАНЯТИЯ ЛЕКЦИОННОГО ТИПА

№ темы	Содержание лекций	Кол-во часов
1	<u>Лекция №1. Основные понятия и определения в дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФКиС»:</u> пропаганда. Основные профессиональные термины и понятия в области пропаганды. Теория пропаганды, цели пропаганды в сфере ФКиС. Классификация пропаганды как вида деятельности. Соотношение понятий и функций коммуникативных практик: связи с общественностью, реклама, пропаганда, паблисити, журналистика.	2
1	<u>Лекция №2. Основные понятия и определения в дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФКиС»:</u> связи с общественностью. Основные профессиональные термины и понятия в области связей с общественностью. Составные части профессиональной деятельности в сфере пропаганды и СО: информирование общественности, формирование общественного мнения о физической культуре как части общей культуры и факторе обеспечения здоровья.	

1	Лекция №3. Пропаганда и связи с общественностью: исторический экскурс. История пропаганды в России и за рубежом. Советская пропаганда. Пропаганда ФКиС в дореволюционной России и СССР: пропаганда трезвости, гигиеническое воспитание, ГТО. Программа и меры по реализации пропаганды ФКиС в современной России. История развития связей с общественностью в XX веке.	2
2	Лекция №4. Правовое регулирование деятельности по пропаганде, связям с общественностью и рекламе. Законодательная база РФ в сфере коммуникаций. Конституция РФ, Закон «О СМИ», Закон «О рекламе», Закон «О физической культуре и спорте в РФ». Регулирование рекламы и связей с общественностью на уровне государственных и общественных институтов. Стратегия развития ФКиС в РФ на период до 2020 г.	
2	Лекция №5. Целевые аудитории в пропаганде и связях с общественностью в ФКиС. Понятие общественности. Определение целевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория. Психологические особенности целевых групп. Определение понятий «болельщики» и «фанаты». Каналы выхода на различные аудитории общественности. Преимущества и недостатки средств массовой коммуникации. Понятие «база данных целевых СМИ». Критерии отбора и оценки эффективности использования средств коммуникации для различных мероприятий и программ. Рейтинги СМИ. СМИ и информационные сайты в Интернете.	2
2	Лекция №6. Константы гудвилла: стиль, паблисити, имидж, репутация, бренд. Понятие гудвилла. Применение констант гудвилла в сфере ФКиС. Фирменный стиль, его составляющие и работа по его созданию. Условия обеспечения паблисити организации и персоны. Технологии формирования имиджа. Методы построения личной и корпоративной репутации. Репутационный менеджмент. Сущность бренда: имя, ценность, стоимость.	2
3	Лекция №7. Специальные события как инструмент пропаганды и связей с общественностью в сфере ФКиС. Понятие специального события. Поводы и формы проведения специальных событий. Подготовка и организация специальных событий. Общая характеристика специальных событий в сфере связей с общественностью. Специальные события: история возникновения, значение, признаки, разновидности и требования, предъявляемые к ним. Организация специального события: этапы жизненного цикла события. Специальные события для внешней общественности. Внутрикорпоративные специальные события. Имиджевая направленность специальных событий в сфере ФКиС.	2
3	Лекция №8. Организация и проведение коммуникационных кампаний в сфере ФКиС. Виды кампаний. Исследование проблемы и формулировка основных целей и задач. Главная тема и главный лозунг кампании. Общая модель проведения кампании по связям с общественностью. Взаимодействие со СМИ. Организационные и материально-технические основы проведения PR-кампании. Основные стратегии проведения кампаний по связям с общественностью. Проблемы финансового планирования PR-кампаний. Реализация кампаний по связям с общественностью: проблемы организации специальных событий и коммуникации. Оценка эффективности. Общее и особенное в проведении рекламных и пиар-кампаний: сравнительный анализ. Особенности разработки и реализации кампаний по связям с общественностью в сфере ФКиС.	2

ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

№ темы	Содержание занятий	Кол-во часов
--------	--------------------	--------------

1	<p>Семинар №1. Основные понятия и определения в сфере пропаганды и связей с общественностью. Знакомство с аудиторией – коммуникативные практики. Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определения, цели, задачи и функции пропаганды и связей с общественностью. 2. Развитие связей с общественностью как функции управления. 3. История пропаганды и связей с общественностью в сфере ФКиС (обсуждение разных версий). <p>Практическое задание: Просмотр и обсуждение телепередачи «БЕСОГОН» Н. Михалкова «Олимпиада. О, спорт, ты мир! или война?», хронометраж 42:21 Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Спорт как инструмент политической и экономической борьбы. 2. Использование допинга для ликвидации спортивных конкурентов. 3. Борьба международных спортивных организаций за влияние в мире. 4. Вопросы применения допинга в российском спорте. <p>ТК 1. Терминологический устный диктант.</p>	2
2	<p>Семинар №2. Правовое регулирование деятельности по пропаганде, связям с общественностью и рекламе. Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль и место государства в развитии и повышении эффективности системы физической культуры по обеспечению здоровья нации. 2. Изучение основного федерального закона №329-ФЗ, регламентирующего занятие спортом в России. 3. Основные положения законов о рекламе и СМИ (примеры их несоблюдения). 4. Определение мер по реализации пропаганды ФКиС в Стратегии развития ФКиС в РФ на период до 2020 г. <p>ТК 2. Практическое задание: разбор нормативных документов</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ФЗ РФ «О физической культуре и спорте», 2007 в части регулирования пропаганды спорта, ЗОЖ и антидопинга 2. «Стратегия развития ФК и С в Российской Федерации до 2020 г.». (2009) в части задач пропаганды, глава 6 «О мерах по реализации пропаганды ФКиС» 3. ФЗ РФ «О рекламе» (2006) по статьям — обсуждение, опрос по основным понятиям закона. 	2
1	<p>Семинар №3. Виды, каналы распространения рекламы в сфере ФКиС. Восприятие рекламного продукта. Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Воздействие рекламы на когнитивную сферу потребителя. 2. Восприятие рекламного продукта. 3. Использование закономерностей ощущений и восприятия в рекламе. 4. Воздействие спортивной рекламы на формирование жизненного стиля. 5. Модель психологически идеального рекламного объявления. 6. Мировые спортивные бренды, созданные рекламой. 7. Рекламные факторы становления массовой культуры. 8. Что эффективней реклама на стадионе или реклама в телетрансляции. 9. Участие спортсменов в рекламных передачах, их съемка в рекламных фильмах, видеоклипах и т.п. 10. Заявления, одобрительные отзывы и характеристики популярных спортсменов и тренеров о продукции фирмы-спонсора. 11. Изображения популярных спортсменов и спортивной символики на товарах или их упаковке. 12. Распространение во время спортивных мероприятий рекламных проспектов, 	2

	<p>значков, вымпелов и т.п., продажа товаров на спортивных базах и спортсооружениях.</p> <p>ТК 3. Практическое задание: анализ рекламных сообщений (текстовые, ролики): подобрать, как минимум, одно рекламное сообщение и представить аудитории (либо на флешносителе, либо зная ссылку) с точки зрения выбора – мотивов, целевой аудитории, канала коммуникации.</p>	
2	<p><u>Семинар №4. Основные правила и этапы создания рекламного обращения.</u></p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уровни воздействия на потребителя и классификация потребностей потенциальной аудитории. 2. Методы создания рекламного сообщения. 3. Структура рекламного сообщения (слоган, вступительная часть, информационный блок, справочные сведения, эхофраза). <p>Практическое задание: Составить рекламный текст для спортивного товара, услуги, идеи (на выбор) согласно структуре. * Сделать макет рекламного обращения, используя графику, видео и прочее (по желанию).</p> <p>ТК 4. Создание рекламного сообщения.</p>	2

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

ЗАНЯТИЯ ЛЕКЦИОННОГО ТИПА

<i>№ темы</i>	<i>Содержание лекций</i>	<i>Кол-во часов</i>
1, 2, 3	<p><u>Лекция № 1. Роль пропаганды и связей с общественностью в сфере ФКиС: история развития. Функции и основные направления пропаганды и связей с общественностью в ФКиС. Коммуникации в пропаганде и связях с общественностью в сфере ФКиС.</u></p> <p>Основные профессиональные термины и понятия. Теория пропаганды, цели пропаганды в сфере ФКиС. Классификация пропаганды как вида деятельности. Соотношение понятий и функций коммуникативных практик: связи с общественностью, реклама, пропаганда, публицити, журналистика. Составные части профессиональной деятельности в сфере пропаганды и СО: информирование общественности, формирование общественного мнения о физической культуре как части общей культуры и факторе обеспечения здоровья.</p> <p>Законодательная база РФ в сфере коммуникаций. Конституция РФ, Закон «О СМИ», Закон «О рекламе», Закон «О физической культуре и спорте в РФ». Регулирование рекламы и связей с общественностью на уровне государственных и общественных институтов. Стратегия развития ФКиС в РФ на период до 2020г.</p>	2

ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

<i>№ темы</i>	<i>Содержание занятий семинарского типа</i>	<i>Кол-во часов</i>
1, 2	<p><u>Семинар №1. Основные понятия и определения в сфере пропаганды и связей с общественностью.</u></p> <p>Знакомство с аудиторией – коммуникативные практики.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Определения, цели, задачи и функции пропаганды и связей с общественностью. 	2

	<p>5. Развитие связей с общественностью как функции управления.</p> <p>6. История пропаганды и связей с общественностью в сфере ФКиС (обсуждение разных версий).</p> <p>Практическое задание: Просмотр и обсуждение телепередачи «БЕСОГОН» Н. Михалкова «Олимпиада. О, спорт, ты мир! или война?», хронометраж 42:21</p> <p>опросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Спорт как инструмент политической и экономической борьбы. 2. Использование допинга для ликвидации спортивных конкурентов. 3. Борьба международных спортивных организаций за влияние в мире. 4. Вопросы применения допинга в российском спорте. <p>ТК 1. Терминологический устный диктант. ТК 2. Практическое задание: разбор нормативных документов</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ФЗ РФ «О физической культуре и спорте», 2007 в части регулирования пропаганды спорта, ЗОЖ и антидопинга 2. «Стратегия развития ФК и С в Российской Федерации до 2020 г.». (2009) в части задач пропаганды, глава 6 «О мерах по реализации пропаганды ФКиС» 3. ФЗ РФ «О рекламе» (2006) по статьям — обсуждение, опрос по основным понятиям закона 	
3	<p><u>Семинар №2. Производство эффективного действия в публичном пространстве.</u></p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Овладение навыками содержательной подготовки к пресс-конференциям и другим интерактивным публичным выступлениям. 2. Структура коммуникации (невербальные аспекты выступления, схемы подготовки содержания, схема «message house»). 3. Психологические особенности подготовки к публичному выступлению. <p>Практическое задание: Составить текст для публичного выступления на одну из тем (по выбору) в объеме 1 печатная страница (приблизительно 2-3 минуты выступления): «Спорт — это круто», «Спорт — это полезно», «Спорт — это модно».</p> <p>Записать видео выступления, применяя советы по психологии публичного выступления и представить аудитории.</p> <p>ТК 3. Публичное выступление <u>Для самостоятельной работы.</u> Основные правила и этапы создания рекламного обращения.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уровни воздействия на потребителя и классификация потребностей потенциальной аудитории. 2. Методы создания рекламного сообщения. 3. Структура рекламного сообщения (слоган, вступительная часть, информационный блок, справочные сведения, эхофраза). <p>Практическое задание: Составить рекламный текст для спортивного товара, услуги, идеи (на выбор) согласно структуре.</p> <p>* Сделать макет рекламного обращения, используя графику, видео и прочее (по желанию).</p> <p>ТК 4. Создание рекламного сообщения.</p>	2

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, необходимый для освоения дисциплины (модуля):

ОСНОВНАЯ:

1. Ермилова, В.В. Международное спортивное движение: учебное пособие. - СПб. : [Б. и.], 2018. – 100 с. - Режим доступа: локальная сеть библиотеки, ЭБ.
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19117-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583817>
3. Муртазина, Г.Х. Связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / Г.Х. Муртазина ; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. — СПб. : [б. и.], 2018. — 110 с.: ил. — Режим доступа: локальная сеть библиотеки, ЭБ.
4. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / составители А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. — Омск : СибГУФК, 2020. — 144 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/242120> . — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Пропаганда физической культуры и спорта и связи с общественностью (избранные лекции) : учебное пособие / Н. В. Минникаева, Р. С. Жуков, И. П. Шлее, А. В. Седнев. — Кемерово : КемГУ, 2021. — 74 с. — ISBN 978-5-8353-2941-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/290600> . — Режим доступа: для авториз. пользователей.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ:

1. Алексеев, К.А. Средства массовой информации в физической культуре и спорте : учебное пособие. - Санкт-Петербург : [б. и.], 2014. – 105 с. - Режим доступа: локальная сеть библиотеки, ЭБ.
2. Алмазов, Б.А. Пропаганда в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / Б.А. Алмазов ; Министерство спорта Российской Федерации ; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. — Санкт-Петербург : [б. и.], 2016. — 95 с. — Режим доступа: локальная сеть библиотеки, ЭБ.
3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16787-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585359>
4. Маслова, И.Н. Тесты по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» : практикум / И.Н. Маслова ; Министерство спорта Российской Федерации ; Воронежский государственный институт физической культуры. — Воронеж : ВГИФК, 2018. — 127 с. — Режим доступа: Электронный каталог библиотеки.
5. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533340>
6. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / Д.А. Бородин, Я.А. Гуркин, Л.В. Казаринова, А.А. Смирнов ; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и

здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. — Санкт-Петербург : НГУ им. П.Ф. Лесгафта, 2019. — 190 с. — Режим доступа: локальная сеть библиотеки, ЭБ.

7. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582858>

8. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учебное пособие. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 157, [2] с. : ил.

3. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

- Электронная библиотека НГУ им. П.Ф. Лесгафта <http://megaprolib.net/MP0101/Web>
- ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru/>
- ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>
- ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Рукопт» <https://lib.rucont.ru/>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ) <https://rusneb.ru/>
- Российская Государственная Библиотека <https://www.rsl.ru/>
- Российская Национальная Библиотека <https://nlr.ru/>
- РИНЦ https://elibrary.ru/project_risc.asp
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения учебных занятий оснащены оборудованием и техническими средствами обучения (ноутбук, проектор, экран для презентаций, доска).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Авторы-разработчики: Калашникова Е.В., канд. пед. наук, доцент