В соответствии с приказом Министерства спорта Российской Федерации от 21.07.2022 №612 «О переименовании Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» и о внесении изменений в устав Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» считать Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК)» (РГУФКСМИТ) **с 21 июля 2022 года** Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (РУС «ГЦОЛИФК»).

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 04AC0B9BCAE3B5BDA4D8B3B07D7DC05
Владелец: Павлов Евгений Александрович
Действителен: с 18.03.2022 до 12.04.2025

На основании решения Ученого совета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (далее – РУС «ГЦОЛИФК») от 25.04.2023 г. (протокол №141) внести изменения в основные образовательные программы - бакалавриат (далее - ООП), реализуемые в РУС «ГЦОЛИФК» в части:

1. Требований к результатам освоения программы: компетенцию УК-10 читать в следующей редакции *«Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности»;*
2. Результатов обучения: *Дополнить индикаторы достижения компетенции УК-10 следующими индикаторами:*

УК-10.4 Знает значение основных правовых категорий, сущность экстремистского, террористического, коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни

УК-10.5 Умеет формировать гражданскую позицию, нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению

УК-10.6 Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, сформированной правовой культуры, противодействия экстремизму и терроризму, антикоррупционного поведения

На основании решения Ученого совета Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК» (далее – РУС «ГЦОЛИФК») от 29.08.2023 г. (протокол №146) внести изменения в следующие разделы основных образовательных программ - бакалавриат (далее – ООП), реализуемых в РУС «ГЦОЛИФК»: общая характеристика ООП, рабочие программы дисциплин (модулей), программа итоговой (государственной итоговой) аттестации, оценочные средства – компетенцию **УК-5 «Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах»** дополнить следующими индикаторами достижения компетенции:

УК-5.7 Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям

УК-5.8 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп

УК-5.9 Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира

УК-5.10 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта (ГЦОЛИФК)»

Социально-гуманитарный факультет

Кафедра психологии, философии и социологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.01 «Философия»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи и общественностью
(код и наименование)

Профиль: Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Социально-гуманитарного факультета
Протокол № ___ от «___» _____ 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
психологии, философии и социологии_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № ___ от «___» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «___» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «___» _____ 20__ г.

Составитель: Баранов Виктор Алексеевич, доктор философских наук, кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры психологии, философии и социологии

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Философия» является: формирование представления о способах и формах познания мира, природы и общества; формирование философского мировоззрения по различным проблемам, связанным с будущей профессиональной работой и повседневной действительностью. Дисциплина «Философия» реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Философия» относится к базовой части ООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Спортивная реклама и PR».

Философия занимает важное место в профессиональной подготовке специалистов рекламы и связи с общественностью. В практической деятельности данных специалистов необходимы теоретические знания и практические умения по формированию философского мировоззрения, способности к размышлениям, дискуссиям по различным проблемам, возникающим в социуме и других сферах общественной жизни.

По логике изложения и содержательно-методической составляющей программа связана с такими дисциплинами как «История России», «Религиоведение», «Основы психологии».

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для таких дисциплин: «Основы теории коммуникации»; «Международные отношения»; «Основы права».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1		1

УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1		1

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 1 **зачетную единицу**, 36 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Философия как форма духовного освоения мира**	**1**	**2**	**4**	**1**		
2	**История философии**	**1**	**2**	**4**	**1**		
3	**Основы философского зания**	**1**	**2**	**4**	**1**		
4	**Проблема человека и личности в философии**	**1**	**2**	**4**	**1**		
5	**Социальная философия: философия общества**	**1**	**2**	**6**	**-**		
Итого часов:			**10**	**22**	**4**		**зачет**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Философия как форма духовного освоения мира**	**1**	**2**	**2**	**32**		
Итого часов:			**2**	**2**	**32**		**зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Примерный перечень контрольных вопросов к зачёту:

1. Мировоззрение и его исторические типы.
2. Особенности философского познания.
3. Проблемное поле философии. Структура философского знания.
4. Философия ранних греческих философов.
5. Зарождение философии в Египте.
6. Зарождение философии в Междуречье.
7. Учение об идеях Платона.
8. Идеальное государство по Платону.
9. Правильные и неправильные типы государственного устройства по Аристотелю.
10. Философия стоиков.
11. Философия скептиков.
12. Учение Эпикура.
13. Киническая философия.
14. Августин Блаженный, философские и религиозные взгляды.
15. Боэций, основные идеи «Утешения философией».
16. Философия и теология Фомы Аквинского.
17. Платоновская академия и философия Возрождения.
18. Утопия Т.Мора.
19. «Город Солнца» Т. Кампанеллы.
20. Гносеология Т. Гоббса.
21. Монадология Лейбница: основные идеи.
22. Теодицея Лейбница: основные идеи
23. Эмпиризм Беркли и Юма.
24. Декартово учение о «вещи мыслящей» и «вещи протяженной».

25. Метафизика сердца Паскаля.
26. Ф. Бэкон: учение об идолах. Предмет философии.
27. Этика Спинозы.
28. «Критики» Канта.
29. Философия духа Гегеля.
30. Философия Фихте.
31. Философия Шеллинга.
32. Учение о сверхчеловеке и критика морали. Ницше.
33. Философия Бергсона.
34. Русская религиозная философия.
35. Русский космизм.
36. Проблема человека в философии экзистенциализма.
37. Понятие культуры и цивилизации.
38. Наука в системе культуры.
39. Материя и дух: проблема предельных оснований.
40. Понятия «метафизика» и «диалектика».
41. Философское понимание истины.
42. Учение о бытии. Основные категории онтологии.
43. Учение о познании. Основные категории гносеологии.
44. Человек и смысл его существования.
45. Личность: проблемы свободы и ответственности.
46. Понятие ценности. Основные проблемы аксиологии.
47. Основные концепции общественного развития.
48. Глобальные проблемы современности.
49. Философская, религиозная и научная картины мира.
50. Проблема веры и знания.
51. Роль философии в жизни человека и общества.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

1) Основная литература:

1. Балашов, Л.Е. Философия: учебник: [систематический курс] / Л.Е. Балашов. — 8-е изд. — Москва: ИТК "Дашков и К", 2023. — 626 с.: ил. https://lib.rucont.ru/efd/689476 (дата обращения: 10.07.2023

2. Гриненко, Г. В. История философии в 2 ч. Часть 2. От XVII до XXI века: учебник для вузов / Г. В. Гриненко. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва:

Издательство Юрайт, 2023. — 400 с. — (Высшее образование). https://urait.ru/bcode/531995 (дата обращения: 10.07.2023).

3. Гриненко, Г. В. История философии в 2 ч. Часть 1. От Древнего мира до эпохи Просвещения: учебник для вузов / Г. В. Гриненко. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 290 с. — (Высшее образование). https://urait.ru/bcode/531986 (дата обращения: 10.07.2023)

4. Гуревич П.С. Философская антропология: учеб. пособие для вузов: доп. М-вом образования РФ / П.С. Гуревич. - 2-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2010. - 607 с.

5. Передельский А.А. Введение в философию: крат. курс: Метод. материал для студентов и магистрантов / А.А. Передельский. - М.: Физ. культура, 2011. - 70 с.: ил.

6. Философия в вопросах и ответах: учеб. пособие / под ред. А.П. Алексеева, Л.Е. Яковлевой; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Филос. фак. - М.: Проспект, 2010. - 336 с.

2) Дополнительная литература:

1. История философии: Энциклопедия. - Минск: Интерпрессервис, 2002. -1375 С.

2. Канке В.А. Основы философии: учебник для студентов: рек. МО РФ. – М.: Логос, 2005. – 287 с.

3. Спиркин А.Г. Основы философии: Учеб. пособие для вузов: Доп. М-вом высш. и сред. образования / Спиркин Александр Георгиевич. - М.: Политиздат, 1988. - 592 с.

4. Торгашев Г.А. Основы философии [Электронный ресурс]: курс лекций / Г.А. Торгашев. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Директмедиа Паблишинг, 2007. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

5. Философия; Философия от античности до современности; История философии; Философская энциклопедия; История новой философии / К. Фишер. Русская философская мысль 11-18 веков; Основы философии: курс лекций / Г.А. Торгашев [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Директмедиа Паблишинг: Новый диск, [20--]. - 6 электрон. опт. диск (CD-ROM).

6. Философия; Философия от античности до современности; История философии; Философская энциклопедия; История новой философии / К. Фишер. Русская философская мысль 11-18 веков; Основы философии: курс лекций / Г.А. Торгашев [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Директмедиа Паблишинг: Новый диск, [20--]. - 6 электрон. опт. диск (CD-ROM).

3) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Институт философии РАН: http://www.iphras.ru

2. Федеральный портал «Российское образование» http://www.edu.ru/

3. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» http://school-collection.edu.ru/

4. Электронная гуманитарная библиотека http://www.gumfak.ru/

4) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
   Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

- Мультимедийный класс (30 посадочных мест) в составе: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и с подключением к правовой системе (настольная или интернет версия).

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Философия» для обучающихся социально-гуманитарного факультета, направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» профилю «Спортивная реклама и PR» очной и заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: психологии, философии и социологии
Сроки изучения дисциплины (модуля): 1 семестр.
Форма промежуточной аттестации: зачёт.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Контрольная работа по разделу «Античная философия»	4 неделя	*5*
2	Дискуссия по теме «Философия и религия»	6 неделя	*15*
3	Выступление на семинаре	7-17 неделя	*10*
4	Выполнение практического задания №1 по разделу «Роль философии в жизни человека»	8 неделя	*10*
7	Написание реферата по теме «Сущность и значение средневековой философии»	10 неделя	*15*
8	Презентация по теме «Немецкая классическая философия»»	11 неделя	*10*
9	Эссе на тему «Русская философия XIX-XX века»	12 неделя	*5*
10	Посещение занятий	В течение семестра	*10*
	Зачёт		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Заочная форма обучения

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	Контрольная работа по разделу «Философия французского просвещения»	*5*
2	Дискуссия по теме «Философия и религия»	*15*
3	Выступление на семинаре «Проблемы социальной философии»	*10*
4	Выполнение практического задания №1 по разделу «Немецкая классическая философия»	*10*
7	Написание реферата по теме «Категорический императив	*15*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	канта»	
8	Презентация по теме «Основные законы диалектики и их проявление в спортивно-оздоровительной деятельности»»	*10*
9	Эссе на тему «Философия В. С. Соловьева»	*5*
10	Посещение занятий	*10*
	Зачёт	***20***
	ИТОГО	**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	Контрольная работа по разделу «История философии»	*5*
3	Выступление на семинаре «Проблемы социальной философии»	*10*
4	Подготовка доклада «Философия Т. Гоббса», пропущенному студентом	*5*
5	Написание реферата по теме «Человек и человечество в современном мире»	*15*
7	Презентация по теме «Проблемы общественного здоровья»	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет спорта (ГЦОЛИФК)»

Социально-гуманитарный факультет

Кафедра психологии, философии и социологии

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.01 «Философия»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки:
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 1 зачетную единицу.

2. Семестр освоения дисциплины (модуля): 1 семестр.

3. Цель освоения дисциплины (модуля): формирование представления о способах и формах познания мира, природы и общества; формирование философского мировоззрения по различным проблемам, связанным с будущей профессиональной работой и повседневной действительностью.

4. ***Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):***

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1		1
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1		1

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Философия как форма духовного освоения мира**	**1**	**2**	**4**	**1**		
2	**История философии**	**1**	**2**	**4**	**1**		
3	**Основы философского зания**	**1**	**2**	**4**	**1**		
4	**Проблема человека и личности в философии**	**1**	**2**	**4**	**1**		
5	**Социальная философия: философия общества**	**1**	**2**	**6**	**-**		
Итого часов:			**10**	**22**	**4**		**зачет**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Философия как форма духовного освоения мира**	**1**	**2**	**2**	**32**		
Итого часов:			**2**	**2**	**32**		**зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский Университет Спорта «ГЦОЛИФК»

Социально-гуманитарный факультет
Кафедра Истории цивилизации, физической культуры, спорта и олимпийского образования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Б1.О.02 История России»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль: Спортивная реклама и PR
(очная и заочная формы обучения)

Уровень образования: *бакалавриат*.

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № **1** от «**26**» **сентября** 20**18** г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № 23 от «04»июля 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составители:

Календарова Виктория Владимировна – кандидат исторических наук, доцент кафедры ИФКСиОО
Мельникова Наталия Юрьевна – доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой ИФКСиОО
Леонтьева Надежда Сергеевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры ИФКСиОО
Леонтьева Любовь Сергеевна – преподаватель кафедры ИФКСиО

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Б1.О.02 История России» является: формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней; демонстрация на примерах из различных эпох органической взаимосвязи российской и мировой истории; анализ общего и особенного в российской истории, что позволит определить место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2.Место дисциплины в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 (Б1.О)

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Данная дисциплина определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней, а также понимания взаимосвязи российской и мировой истории. Содержательной особенностью программы дисциплины является формирование у бакалавров научного мировоззрения и исторического мышления на основе базовых знаний по истории.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «История России» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла, а также профессионального цикла.

Изучение дисциплины идет параллельно с освоением дисциплины «История физической культуры и спорта», является базой для изучения теории и истории физической культуры и спорта, отдельных видов спорта, научных школ физкультурно-спортивной отрасли, истории создания управленческого аппарата и проч., что имеет особое значение в высшем учебном заведении спортивного профиля.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4

УК-1	**Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач**		
УК-1.2	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации	1	1
УК-1.4	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	1 / 7	1/9
УК-1.5	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений	1 / 7	1/9
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**		
УК-5.2	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1 / 7	1/9
УК-5.3	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм	1 / 7	1/9
УК-5.4	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1 / 7	1/9
УК-5.5	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации	1 / 7	1/9
УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	7	9
УК-5.7	Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям	7	9
УК-5.8	Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	7	9
УК-5.9	Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	7	9
УК-5.10	Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы	7	9

	мировоззренческого, общественного и личностного характера		
УК-10	**Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности**		
УК-10.4	Знает значение основных правовых категорий, сущность экстремистского, террористического коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни	1 / 7	1/9
УК-10.5	Умеет формировать гражданскую позицию, нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению	7	9
УК-10.6	Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, сформированной правовой культуры, противодействия экстремизму и терроризму, антикоррупционного поведения	7	9

4.Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4 зачетных единицы, 144 академических часа.**

очная форма обучения, 1 курс

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Раздел 1.** История как наука. Хронологические и географические рамки курса российской истории. Формирование и развитие славянской цивилизации. Формирование и развитие первого русского государства (Новгород, Киев). Крещение Руси. Правление Ярослава Мудрого.	**1**	**2**	**2**	**2**		
2	**Раздел 2.** Период феодальной раздробленности, новые	**1**	**2**	**2**	**2**		

	государственные формирования на территории Руси. Монгольское вторжение на Русь. Александр Невский и борьба Новгорода с европейскими завоевателями. Возвышение Москвы, начало объединения русских земель, правление Ивана I Калиты. Дмитрий Донской и Куликовская битва.						
3	**Раздел 3.** Россия в XV-XVII вв. Феодальная война, окончание раздробленности. Правление Ивана III: покорение Твери и Новгорода, присоединение западных территорий, окончание монгольского ига – формирование централизованного государства. Василий III как продолжатель политики Ивана III. Иван IV Грозный и реформы «Избранной Рады». Опричнина и процесс централизации власти. Внешняя политика: присоединение восточных и южных территорий, противостояние с Западной Европой и Крымским ханством.	**1**	**2**	**2**	**4**		
4	**Раздел 4.** Династический кризис после смерти Ивана IV. Правление Бориса Годунова. Смутное время: Лжедмитрий I, Василий Шуйский, семибоярщина, открытая польская интервенция. Первое и второе ополчения, изгнание поляков из Москвы. Новая династия - Романовы. Правление Михаила Федоровича и Алексея Михайловича. Бунташный век.	**1**	**2**	**2**	**2**		
5	**Раздел 5.** Правление Софьи Алексеевны, борьба за власть с Петром I. Реформы Петра I – курс на модернизацию России. Северная война, строительство Санкт-Петербурга, создание Российской Империи. Эпоха дворцовых переворотов, кризис престолонаследия.	**1**	**4**	**4**	**4**		

	Екатерина II Великая: просвещенный абсолютизм, внутриполитические реформы, внешняя экспансия (присоединение Крыма, разделы Польши).						
6	**Раздел 6.** Российская Империя в первой половине XIX в. Внутренняя политика в годы царствования императора Александра I. Отечественная война 1812 г. Развитие просветительских и революционных идей в России. Восстание декабристов, воцарение Николая I. Особенности консервативной политики Николая I. Попытки решения крестьянского вопроса. Крымская война: причины, ход, последствия. Кавказская война.	**1**	**2**	**2**	**2**		
7	**Раздел 7.** Российская Империя во второй половине XIX в. – начале XX в. «Великие реформы» Александра II: причины, суть, последствия. Правление Александра III – «контрреформы». Начало царствования Николая II: общественные настроения, ожидания. Радикализация политических обществ. Русско-японская война. Первая русская революция, трансформация политического пространства. Реформы С.Ю. Витте и П.А. Столыпина.	**1**	**2**	**2**	**2**		
8	**Раздел 8.** Вступление России в Первую мировую войну. Внутренний кризис. Февральская революция, падение монархии, установление республики. Октябрьская революция, победа большевиков, первые декреты советской власти, отказ от Учредительного собрания. Гражданская война: причины, этапы, итоги. Политика «военного коммунизма». НЭП. Образование СССР, установление дипломатических связей.	**1**	**2**	**2**	**2**		

	Индустриализация и коллективизация, первые пятилетки. Сталинские реформы, политические репрессии, формирование культа личности. СССР в преддверии Второй мировой войны.						
9	**Раздел 9.** Советско-финская война. Начальный этап Великой Отечественной войны. Битва за Москву. Блокада Ленинграда. Перелом в войне: Сталинградская и Курская операции. Освобождение захваченных территорий СССР и Европы. Разгром фашисткой Германии. Советско-японская война, завершение Второй мировой войны. Послевоенное восстановление СССР. «Холодная война» и её влияние на экономику и политику СССР. Развенчание культа личности Сталина, хрущевские реформы, период оттепели. Брежневская эпоха «застоя». Научные и культурные достижения СССР 1950-80-х гг. Реформы Горбачева, попытки модернизации и демократизации, кризис советской системы.	**1**	**2**	**2**	**4**		
10	**Раздел 10.** Распад СССР, создание Российской Федерации. ГКЧП. Формирование новых политических и экономических основ государственности. Экономический кризис 1990-х гг. Конституционный кризис 1993 г. Первая чеченская война. Президентские выборы 1996 г. Дефолт 1998 г. Вторая Чеченская война, ликвидация сепаратистских движений. Начало XXI в.: укрепление центральной власти, прекращение олигархического управления. Начало экономического роста, реализация национальных проектов. Рост	**1**	**2**	**2**	**4**		

	внешнеполитического влияния России. Возвращение Крыма в состав России. Конституционная реформа 2020 г. СВО и вхождение новых субъектов в состав России. Курс на многополярность во внешней политике.						
	Итого часов:		**22**	**22**	**28**		**зачет**

Очная форма обучения, 4 курс, с использованием сетевой формы обучения

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	**Раздел 1.** История России и всеобщая история. Что такое Россия? Российское государство-цивилизация. Взаимосвязь истории России с историей других стран и народов. Мир в древности. Народы и политические образования на территории современной России в древности. Восточная Европа в середине I тыс. н. э. Особенности общественного строя в период раннего Средневековья в странах Европы и Азии.	**7**	**12**	**12**			
2	**Раздел 2.** Средневековая Европа и ее взаимодействие с Россией. Формирование Монгольской Империи, походы на Русь, особенности отношений с русскими княжествами. Противостояние и сотрудничество новгородской республики со странами Западной и Северной Европы.	**7**	**1**				
3	**Раздел 3.** Мир к началу эпохи Нового времени.	**7**	**2**				

	Превращение Московского княжества в центр Русского государства. Особенности внешней политики Ивана III и Василия III. Иван IV Грозный и завершение формирования централизованного государства. Противостояние с Европой: Ливонская война, антирусская пропаганда, территориальные претензии Речи Посполитой. Россия XVI в. в контексте европейской цивилизации.						
4	**Раздел 4.** Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Взаимодействие и противостояние с Речью Посполитой и Швецией. Культура России в XVI–XVII вв. Развитие связей с европейскими странами при правлении Михаила Федоровича и Алексея Михйловича Романовых. Формирование представлений и стереотипов о России в Европе.	**7**	**1**				
5	**Раздел 5.** «Европеизация» России при Петре I. Становление Российской Империи как великой европейской державы. XVIII век — век Просвещения. Эпоха просвещенного абсолютизма в Европе и России. Переход к индустриальному обществу. Россия — «мост» между Западом и Востоком. Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в. Русская культура XVIII в.	**7**	**2**				
6	**Раздел 6.** Россия и мир в первой половине XIX века. Русско-французские отношения при Павле I и Александре I. Заграничные походы русской армии. Венский Конгресс. Формирование Священного союза. Революционаризм в Европе. Западники и	**7**	**1**				

	славянофилы, революционные и просветительские кружки. Крымская война в контексте противостояния Европы и России.						
7	**Раздел 7.** Время Великих реформ в России. Западная индустриальная цивилизация в XIX в. Развитие политических идеологий (консерватизм, либерализм, научный социализм). Империи и национальные государства. Основные направления внешней политики России 2-й пол. XIX – начала XX вв. Складывание военно-политических блоков в Европе. Колониальная политика европейских государств. Мирные инициативы России и Первая Гаагская мирная конференция. Обострение международных отношений в начале XX в.	**7**	**2**				
8	**Раздел 8.** Революционная волна в Европе и мире после Первой мировой войны. Крах империй и образование новых государств. Версальско-вашингтонская система. Брестский мир и выход России из войны. Интервенции в период гражданской войны и санкционная политика стран Запада в отношении Советской России и СССР. Дипломатическое признание и внешняя политика СССР в 1920-30-е гг. Формирование фашистских режимов в Европе. Попытки создания антифашистской коалиции со стороны СССР. Мюнхенский сговор. Пакт Молотова-Риббентропа. Советская культура 1920-30-х гг.	**7**	**1**				
9	**Раздел 9.** СССР в первые годы Второй мировой войны. Великая отечественная война: основные события. Формирование	**7**	**2**				

	антигитлеровской коалиции. Основные фронты Второй мировой войны. Формирование положительного образа СССР в глазах западной общественности. Тегеранская и Ялтинская конференции. Послевоенное устройство мира: Нюрнбергский процесс, победа коммунистических партий в Восточной Европе, создание ООН. Начало Холодной войны. Идеологическое противостояние США и СССР, создание военных и политических блоков. Берлинский и Карибский кризисы. Отношения СССР со странами Азии, Африки, Ближнего Востока, Латинской Америки. Сближение со странами Запада в горбачевскую эпоху.						
10	**Раздел 10.** Россия и страны Запада на рубеже XX – XXI вв.: тенденции развития и проблемы глобализации. Ослабление международного влияния России после распада СССР. Расширение блока НАТО, война в Югославии. Мюнхенская речь В.В. Путина, новая концепция внешней политики России. Российско-грузинский конфликт: поддержание независимости Абхазии и Южной Осетии. Борьба с международным терроризмом и помощь правительству Сирийской Арабской Республики. Воссоединение с Крымом и кризис в отношении со странами Запада. Российская дипломатия в Азии, Африке, на Ближнем Востоке. Кризис мировой однополярной системы, тренды деглобализации. Рост напряженности в отношениях с НАТО, СВО на Украине, конфликт с	**7**	**18**	**18**			

	западным блоком. Новые концепции коллективной безопасности и многополярного мира, предлагаемые Россией. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации. Политическое устройство России. Вызовы будущего и развитие страны						
Итого часов:			**42**	**30**			**зачет**

Заочная форма обучения, 1 курс

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Раздел 1.** История как наука. Хронологические и географические рамки курса российской истории. Формирование и развитие славянской цивилизации. Формирование и развитие первого русского государства (Новгород, Киев). Крещение Руси. Правление Ярослава Мудрого.	**1**	**0,5**	**0**	**5**		
2	**Раздел 2.** Период феодальной раздробленности, новые государственные формирования на территории Руси. Монгольское вторжение на Русь. Александр Невский и борьба Новгорода с европейскими завоевателями. Возвышение Москвы, начало объединения русских земель, правление Ивана I Калиты. Дмитрий Донской и Куликовская битва.	**1**		**0,5**	**7**		
3	**Раздел 3.** Россия в XV-XVII вв. Феодальная война, окончание раздробленности.	**1**			**7**		

	Правление Ивана III: покорение Твери и Новгорода, присоединение западных территорий, окончание монгольского ига – формирование централизованного государства. Василий III как продолжатель политики Ивана III. Иван IV Грозный и реформы «Избранной Рады». Опричнина и процесс централизации власти. Внешняя политика: присоединение восточных и южных территорий, противостояние с Западной Европой и Крымским ханством.						
4	**Раздел 4.** Династический кризис после смерти Ивана IV. Правление Бориса Годунова. Смутное время: Лжедмитрий I, Василий Шуйский, семибоярщина, открытая польская интервенция. Первое и второе ополчения, изгнание поляков из Москвы. Новая династия - Романовы. Правление Михаила Федоровича и Алексея Михайловича. Бунташный век.	**1**	**0**		**7**		
5	**Раздел 5.** Правление Софьи Алексеевны, борьба за власть с Петром I. Реформы Петра I – курс на модернизацию России. Северная война, строительство Санкт-Петербурга, создание Российской Империи. Эпоха дворцовых переворотов, кризис престолонаследия. Екатерина II Великая: просвещенный абсолютизм, внутриполитические реформы, внешняя экспансия (присоединение Крыма, разделы Польши).	**1**	**0,5**	**0,5**	7		
6	**Раздел 6.** Российская Империя в первой половине XIX в. Внутренняя политика в годы царствования императора Александра I. Отечественная война 1812 г. Развитие просветительских и революционных идей в	**1**			**7**		

	России. Восстание декабристов, воцарение Николая I. Особенности консервативной политики Николая I. Попытки решения крестьянского вопроса. Крымская война: причины, ход, последствия. Кавказская война.						
7	**Раздел 7.** Российская Империя во второй половине XIX в. – начале XX в. «Великие реформы» Александра II: причины, суть, последствия. Правление Александра III – «контрреформы». Начало царствования Николая II: общественные настроения, ожидания. Радикализация политических обществ. Русско-японская война. Первая русская революция, трансформация политического пространства. Реформы С.Ю. Витте и П.А. Столыпина.	**1**			**7**		
8	**Раздел 8.** Вступление России в Первую мировую войну. Внутренний кризис. Февральская революция, падение монархии, установление республики. Октябрьская революция, победа большевиков, первые декреты советской власти, отказ от Учредительного собрания. Гражданская война: причины, этапы, итоги. Политика «военного коммунизма». НЭП. Образование СССР, установление дипломатических связей. Индустриализация и коллективизация, первые пятилетки. Сталинские реформы, политические репрессии, формирование культа личности. СССР в преддверии Второй мировой войны.	**1**	**0,5**	**0,5**	7		
9	**Раздел 9.** Советско-финская война. Начальный этап Великой Отечественной войны. Битва за Москву. Блокада Ленинграда. Перелом в войне: Сталинградская и	**1**			**7**		

	Курская операции. Освобождение захваченных территорий СССР и Европы. Разгром фашисткой Германии. Советско-японская война, завершение Второй мировой войны. Послевоенное восстановление СССР. «Холодная война» и её влияние на экономику и политику СССР. Развенчание культа личности Сталина, хрущевские реформы, период оттепели. Брежневская эпоха «застоя». Научные и культурные достижения СССР 1950-80-х гг. Реформы Горбачева, попытки модернизации и демократизации, кризис советской системы.						
10	**Раздел 10.** Распад СССР, создание Российской Федерации. ГКЧП. Формирование новых политических и экономических основ государственности. Экономический кризис 1990-х гг. Конституционный кризис 1993 г. Первая чеченская война. Президентские выборы 1996 г. Дефолт 1998 г. Вторая Чеченская война, ликвидация сепаратистских движений. Начало XXI в.: укрепление центральной власти, прекращение олигархического управления. Начало экономического роста, реализация национальных проектов. Рост внешнеполитического влияния России. Возвращение Крыма в состав России. Конституционная реформа 2020 г. СВО и вхождение новых субъектов в состав России. Курс на многополярность во внешней политике.	**1**	**0,5**	**0,5**	**7**		
	Итого часов:		**2**	**2**	**68**		**зачет**

Заочная форма обучения, 5 курс, с использованием сетевой формы обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Раздел 1.** История России и всеобщая история. Взаимосвязь истории России с историей других стран и народов. Мир в древности. Народы и политические образования на территории современной России в древности. Восточная Европа в середине I тыс. н. э. Особенности общественного строя в период раннего Средневековья в странах Европы и Азии.	**9**	**2**	**2**	**1**		
2	**Раздел 2.** Средневековая Европа и ее взаимодействие с Россией. Формирование Монгольской Империи, походы на Русь, особенности отношений с русскими княжествами. Противостояние и сотрудничество новгородской республики со странами Западной и Северной Европы.	**9**	**2**	**2**	**2**		
3	**Раздел 3.** Мир к началу эпохи Нового времени. Превращение Московского княжества в центр Русского государства. Особенности внешней политики Ивана III и Василия III. Иван IV Грозный и завершение формирования централизованного государства. Противостояние с Европой: Ливонская война, антирусская пропаганда, территориальные претензии Речи Посполитой. Россия XVI в. в контексте европейской цивилизации.	**9**	**4**	**2**	**2**		

4	**Раздел 4.** Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Взаимодействие и противостояние с Речью Посполитой и Швецией. Культура России в XVI–XVII вв. Развитие связей с европейскими странами при правлении Михаила Федоровича и Алексея Михйловича Романовых. Формирование представлений и стереотипов о России в Европе.	**9**	**4**	**2**	**2**		
5	**Раздел 5.** «Европеизация» России при Петре I. Становление Российской Империи как великой европейской державы. XVIII век — век Просвещения. Эпоха просвещенного абсолютизма в Европе и России. Переход к индустриальному обществу. Россия — «мост» между Западом и Востоком. Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в. Русская культура XVIII в.	**9**	**4**	**2**	**2**		
6	**Раздел 6.** Россия и мир в первой половине XIX века. Русско-французские отношения при Павле I и Александре I. Заграничные походы русской армии. Венский Конгресс. Формирование Священного союза. Революционаризм в Европе. Западники и славянофилы, революционные и просветительские кружки. Крымская война в контексте противостояния Европы и России.	**9**	**4**	**2**	**2**		
7	**Раздел 7.** Время Великих реформ в России. Западная индустриальная цивилизация в XIX в. Развитие политических идеологий (консерватизм, либерализм, научный социализм). Империи и национальные государства. Основные	**9**	**4**	**2**	**2**		

	направления внешней политики России 2-й пол. XIX – начала XX вв. Складывание военно-политических блоков в Европе. Колониальная политика европейских государств. Мирные инициативы России и Первая Гаагская мирная конференция. Обострение международных отношений в начале XX в.						
8	**Раздел 8.** Революционная волна в Европе и мире после Первой мировой войны. Крах империй и образование новых государств. Версальско-вашингтонская система. Брестский мир и выход России из войны. Интервенции в период гражданской войны и санкционная политика стран Запада в отношении Советской России и СССР. Дипломатическое признание и внешняя политика СССР в 1920-30-е гг. Формирование фашистских режимов в Европе. Попытки создания антифашистской коалиции со стороны СССР. Мюнхенский сговор. Пакт Молотова-Риббентропа. Советская культура 1920-30-х гг.	**9**	**4**	**2**	**2**		
9	**Раздел 9.** СССР в первые годы Второй мировой войны. Великая отечественная война: основные события. Формирование антигитлеровской коалиции. Основные фронты Второй мировой войны. Формирование положительного образа СССР в глазах западной общественности. Тегеранская и Ялтинская конференции. Послевоенное устройство мира: Нюрнбергский процесс, победа коммунистических партий в Восточной Европе, создание ООН. Начало Холодной войны. Идеологическое	**9**	**4**	**2**	**2**		

	противостояние США и СССР, создание военных и политических блоков. Берлинский и Карибский кризисы. Отношения СССР со странами Азии, Африки, Ближнего Востока, Латинской Америки. Сближение со странами Запада в горбачевскую эпоху.						
10	**Раздел 10.** Россия и страны Запада на рубеже XX – XXI вв.: тенденции развития и проблемы глобализации. Ослабление международного влияния России после распада СССР. Расширение блока НАТО, война в Югославии. Мюнхенская речь В.В. Путина, новая концепция внешней политики России. Российско-грузинский конфликт: поддержание независимости Абхазии и Южной Осетии. Борьба с международным терроризмом и помощь правительству Сирийской Арабской Республики. Воссоединение с Крымом и кризис в отношении со странами Запада. Российская дипломатия в Азии, Африке, на Ближнем Востоке. Кризис мировой однополярной системы, тренды деглобализации. Рост напряженности в отношениях с НАТО, СВО на Украине, конфликт с западным блоком. Новые концепции коллективной безопасности и многополярного мира, предлагаемые Россией.	**9**	**2**	**2**	**1**		
Итого часов:			**34**	**20**	**18**		**зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Вопросы к зачету по курсу (1 семестр)

1.Кого из древнегреческих философов принято считать родоначальником истории?
2.Как назывался торговый путь из Балтийского в Черное море, который проходил по территории проживания славян?
3.Славян историки относят к ... языковой группе (семье)?
4.Какой из перечисленных народов не относится к восточным славянам?
5.Религия восточных славян в догосударственный период?
6.Какой общественный строй для восточных славян был характерен для них на раннем этапе развития?
7.Какой промежуток времени описывает автор в «Повести временных лет»?
8.Как называется произведение, в котором монаха Нестор сообщает о славянах (начало XII в.)?
9.В каком городе Рюрик начал свое княжение?
10.На что была направлена политика Рюрика?
11.Кто в качестве регента наследовал престол после смерти князя Рюрика?
12.Какую известную фразу произнес Олег, завоевав Киев?
13.С каким государством Олег заключил мирный договор в 911 году?
14.Что сделал Олег, согласно легенде, в походе на Царьград (Константинополь)?
15.Кто пришел к власти после смерти князя Игоря?
16.Как назывался способ дани, который ввела княгиня Ольга в годы своего правления?
17.С каким могущественным государством воевал князь Святослав Игоревич?
18.Откуда на Русь пришло христианство?
19.Причиной принятия христианства на Руси было стремление:
20.Как назывался свод законов, созданный Ярославом Мудрым?
21.Чтобы ещё больше укрепить власть в Киеве, Ярослав Мудрый:
22.После смерти какого правителя начался процесс феодальной раздробленности на Руси?
23.Какую эпоху принято считать периодом феодальной раздробленности?
24.Кто был основателем московской княжеской династии?
25.Значение деятельности московского князя Даниила Александровича состояло в:
26.Какова была причина возвышения Москвы?
27.Какой московский князь вышел в первой половине XIV века победителем в борьбе за ярлык на княжение от великого хана?
28.Что было одной из причин победы Москвы за лидерство в русских землях?
29.В чем состояло значение правления Ивана Калиты?
30.Какой княжеский престол Иван Калита занял первым?
31.Какой татарский хан в 1382 году победил Дмитрия Донского и разорил Москву?
32.Какое прозвище получил московский князь Дмитрий Иванович после победы в Куликовской битве?
33.Кто является первым царем в истории России?
34.Опричнина Ивана Грозного была направлена против:
35.Характерной чертой Смутного времени было:
36.В каком городе произошло восстание народных масс - Соляной бунт?
37.Что из перечисленного относится к решениям Церковного собора 1666-1667 гг., положившего начало расколу Русской Церкви?
38.Первого царя из династии Романовых звали…

39.За какие заслуги Михаил Федорович был избран боярами на царствование?
40.Какой век в истории России называют «бунташным»?
41.Какого царя за мягкий нрав и доброту называли «Тишайшим»?
42.Какой слой населения не участвовал в Соляном бунте?
43.Назовите основную причину Соляного бунта?
44.Кого народ считал главным «виновником» бед и требовал выдать для расправы во время Соляного бунта?
45.Что послужило основной причиной «медного» бунта в Москве?
46.Какое восстание произошло в России в 1667-1671 годах?
47.Какое восстание произошло в Москве во время пребывания Петра I в Западной Европе (1698 г.)?
48.Как Петр I называл созданные им самим Семеновский и Преображенский полки?
49.Церковная реформа Петра I привела к:
50.О каком патриархе идёт речь: «… провёл на церковном соборе постановление переиздать церковные книги, исправив их по верным текстам, по славянским пергаментным и древним греческим книгам»:
51.Что было результатом церковных реформ патриарха Никона:
52.Делами о государственных преступлениях в годы правления Петра I ведала:
53.Какой высший государственный орган был учрежден Петром I в декабре 1711 г.?
54.Указ, принятый Петром I в 1714 г. и запрещавший дробление дворянских имений, назывался указом о:
55.При Петре I была прекращена деятельность:
56.Кто изначально был противником реформ Петра I?
57.Петром I был издан указ, по которому молодым дворянам без свидетельства об окончании школы запрещалось:
58.Каков был новый принцип прохождения службы, введённый «Табелью о рангах» Петра I:
59.К результатам петровских реформ в области образования относится:
60.Какова была одна из главных причин крупномасштабных реформ Петра I?
61.Назовите один из результатов административных реформ Петра I:
62.Петр I создавал мануфактуры в основном для:
63.В каком году Петр I сделал Россию империей?
64.В какой крупной войне участвовала Россия в период реформ Петра?
65.Основу российской армии при Петре I составляли:
66.У какого шведского города-крепости в 1700 г. состоялось одно из первых сражений Северной войны, закончившееся полным поражением русской армии?
67.Сколько лет длилась Северная война России со Швецией?
68.Как назывался мирный договор, заключенный между Россией и Швецией в 1725 г. после Северной войны?
69.В каком году Петр I основал Санкт-Петербург?
70.Указ о праве монарха назначать себе преемника из числа всех своих родственников был издан в правление:
71.Указ о престолонаследии, давал государю право:
72.Начало эпохи дворцовых переворотов связано:
73.Основной ударной силой в «дворцовых переворотах» являлись:
74.Какой термин используется в истории для обозначения силовой смены власти в государстве, которая осуществляется через заговор группой придворных лиц и опирается на помощь привилегированной военной силы – гвардии?
75.Эпоха дворцовых переворотов была завершена с воцарением:
76.Эпоха дворцовых переворотов в России длилась:

77.Кто пришёл к власти в России в 1725 году в обход главных претендентов – внука Петра I – Петра Алексеевича и цесаревен Анны и Елизаветы?
78.С именем какой русской императрицы связана деятельность её фаворита А. Д. Меншикова?
79.Каковы даты начала и конца «эпохи дворцовых переворотов» в России?
80.Что объединяет такие известные фамилии в истории России, как Меншиков, Бирон, князья Долгорукие, братья Орловы?
81.Ослабление правящей династии в период дворцовых переворотов привело:
82.Главной причиной частоты и легкости дворцовых переворотов было:
83.Сколько русских правителей сменилось на престоле в «эпоху дворцовых переворотов»?
84.Екатерина II пришла к власти, свергнув:
85.В каком году вступила на престол императрица Екатерина II?
86.Какое учебное заведение стало первым давать высшее образование женщинам?
87.Какая война завершилась в самом начале правления Екатерины II?
88.В чем заключалась реформа Сената, проведенная Екатериной II?
89.Число крепостных к концу правления Екатерины II значительно выросло, так как:
90.Правление Екатерины II получило название:
91.Екатерина II стремилась к распространению знаний, наук, переписывалась с известными европейскими философами. Это позволило назвать её правление периодом:
92.Александр I был любимцем своей бабушки. Кто была бабушкой императора?
93.К политике отца Александр I относился резко и критически. Когда император взошел на престол, какую реформу он намеревался провести?
94.Немало реформ провел император Александр I. Также реформирование коснулось и образования. Кто, согласно реформе народного образования, мог учиться в то время?
95.Александр I не всегда советовался со своими сподвижниками идеями и решениями. О каком тайном решении царя идет речь?
96.Титул – это почетное звание. Какой титул преподнес Александру I сенат?
97.Правление императора Александра I является красочной страницей в истории российского государства. Этот период наполнен яркими событиями. Что знаменует дата 1812 год в правлении императора?
98.Какой план разработал Наполеон I перед вторжением в Российскую Империю?
99.Выберите положение, относящееся к причинам Отечественной войны 1812 года:
100.Когда произошло вторжение Наполеона в пределы Российской империи?
101.Назовите самое крупное сражение Отечественной войны 1812 года.
102.Итогом Бородинского сражения (1812 года) стало:
103.Кто является автором высказывания: «С потерей Москвы не потеряна Россия»:
104.Смерть какого российского императора вызвала междуцарствие в конце 1825 года?
105.Кто был избран диктатором-руководителем восстания декабристов?
106.Определите одну из главных причин неудачи декабристов во время выступления на Сенатской площади:
107.Каково было значение движения декабристов?
108.По какой причине восстание декабристов не могло привести к победе?
109.При каком императоре состоялась отмена крепостного права?
110.Документ, составлявшийся в ходе крестьянской реформы 1861 г. и фиксировавший отношения помещиков с временнообязанными крестьянами:
111.Почему императора Александр II называют освободителем?
112.Причины, побудившие Александра II провести реформы 1860 - 70 годов (выберите НЕВЕРНОЕ положение в списке):
113.В каком году в России было отменено крепостное право?
114.При упразднении крепостного права крестьянин был обязан:

115.Как назывались крестьяне до перехода на выкуп?
116.Что получал крестьяне в результате крестьянской реформы?
117.Изменение в крестьянской жизни после реформы 1861 года:
118.Кому принадлежат следующие слова: «Лучше отменить крепостное право «сверху», нежели ждать, пока крестьяне отменят его «снизу»:
119.Что являлось главным новшеством в суде после проведения судебной реформы 1864 года Александра II?
120.Что НЕ появилось в России в результате реформ Александра II?
121.Как погиб Александр II?
122.Какие из перечисленных событий относятся к царствованию Александра II?
123.К какому году относится начало проведение реформ Столыпиным:
124.Столыпин оказался «одиноким реформатором», так как:
125.Какую реформу Столыпина можно назвать главной среди серии его реформ:
126.Что такое «столыпинские галстуки?
127.Русские крестьяне не хотели выходить из общины в результате реформы Столыпина:
128.Николай II перестал поддерживать Столыпина, поскольку:
129.Событие, положившее начало Первой русской революции:
130.Что было одной из причин Первой российской революции:
131.Когда началась стачка на Путиловском заводе?
132.Какой характер носила революция 1905-1907 гг.?
133.Какое масштабное событие началось 19 сентября 1905 и продолжилось вплоть до завершения революции?
134.Что вошло в историю как «третьеиюньский переворот»?
135.Какое государство не входило в Антанту?
136.Какое государство не находилось в Тройственном союзе к началу Первой мировой войны?
137.В каком году началась Первая Мировая война?
138.Сколько государств приняли участие в Первой Мировой войне?
139.До какого года формально существовала Российская империя?
140.С какой проблемой столкнулись жители городов накануне Февральской революции 1917 года?
141.Какая революция привела к свержению самодержавия в России?
142.Кто был создателем и вождем большевистской партии?
143.Отметьте четыре советские республики, которые первоначально вошли в состав СССР:
144.Название внутренней политики Советского государства, проводившейся в 1918 - 1921 гг. в условиях Гражданской войны:
145.Политику «красного террора» (1918) большевики провозгласили после:
146.В период военного коммунизма была введена принудительная:
147.Один из итогов военного коммунизма:
148.Кто не входил в лагерь белых во время Гражданской войны (1917-1922):
149.Кто применял массовый террор во время Гражданской войны (1917-1922):
150.Когда был образован СССР:
151.Каковы причины образования СССР:
152.Отметьте четыре советские республики, которые первоначально вошли в состав СССР:
153.Что из перечисленного относится к понятию «НЭП»:
154.Вторжение немецких войск в какую страну считается началом Второй мировой войны?
155.Когда Германия напала на СССР?
156.Как назывался план нападения Германии на СССР?
157.Гитлеровский план наступления на Москву назывался:
158.«Огненная дуга» (1943) - это?

159.Сколько государств участвовало во Второй мировой войне?
160.Какая из основных стран «оси» сдалась последней во Второй мировой войне?
161.Период «оттепели» в отечественной истории относят к времени руководства государством:
162.С периодом правления этого человека связано понятие «застой»:
163.Первым Президентом СССР был…
164.В каком году произошёл распад Советского Союза?
165.Когда начало существование современное независимое Российское государство?
166.Кто был первым президентом России?

Вопросы к зачету по курсу (7/9 семестр)

1. История как предмет изучения. Вспомогательные исторические дисциплины.
2. Основные теории общих исторических закономерностей. Теория общественно-экономических формаций.
3. Основные теории общих исторических закономерностей. Теория цивилизаций.
4. Первобытный мир и зарождение цивилизации. Древнейшие государства на территории Восточной Европы.
5. Восточные славяне в древности. Образование Древнерусского государства.
6. Киевская Русь в IX-XII вв. и ее взаимоотношения с соседями.
7. Русь в XII–XV веках: феодальная раздробленность на Руси и в странах Европы: сходства и различия.
8. Борьба с агрессией крестоносцев на северо-западе Руси в XIII веке. Татаро-монгольское нашествие на Русь. Иго и его последствия.
9. Этапы объединения русского государства в к. XII – н. XVII вв. Иван III и Василий III.
10. Эпоха Ивана IV Грозного. Избранная рада и опричнина.
11. Эпоха Ивана IV Грозного: внешняя политика России и изменение границ.
12. Смутное время в России: социальная катастрофа и время перемен.
13. Царствование Алексея Михайловича. Особенности процесса централизации власти и управления в XVII в. Соборное Уложение 1649 г.
14. Первые попытки модернизации России: реформы Петра I. Расширение взаимодействия России с Западом в 1й половине XVIII века.
15. Эпоха просвещенного абсолютизма в Европе и России. Реформы Екатерины II.
16. Реформы и внутренняя политика Александра I и Николая I.
17. Внешняя политика Российской империи в первой половине XIX века. Наполеоновские войны. Кавказская война. Крымская война.
18. Реформы Александра II во второй половине XIX в. и их итоги. Российский и западный путь модернизации.
19. Реформы П.А. Столыпина: модернизация в России начала XX века. Ее необходимость и итоги.
20. Революция 1905–1907 гг. Многопартийность и парламентаризм.
21. Первая мировая война в истории человечества. Россия в Первой мировой войне.
22. 1917 год в судьбе России и мира. Феномен большевизма.
23. Советское общество в 1920-е – 1930-е гг.
24. Мировое сообщество в 1й пол. XX века. Мир перед Второй мировой войной.
25. Вторая мировая войны: основные этапы.
26. Великая Отечественная война (22 июня 1941 г. — 9 мая 1945 г.): основные этапы.
27. Нюрнбергский процесс и послевоенное устройство мира. Мировое сообщество во 2й пол. XX века. «Холодная война» в истории человечества.
28. Советское общество в середине 50-х - первой половине 80-х гг. XX века. «Оттепель» и «эпоха застоя».

29. Разложение политической системы СССР. Распад СССР и образование Российской Федерации (политическое и административное устройство).
30. Россия на рубеже XX – XXI вв.: тенденции развития, взаимоотношения со странами Европы и мира.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

а) Основная литература:

1. Всемирная история: учебник / **Г.Б. Поляк**, А.Н. Маркова, И.А. Андреева и др.; под ред. Г.Б. Поляка, А.Н. Марковой. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 887 с.: ил. - (Cogito ergo sum). - ISBN 978-5-238-01493-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114540
2. История России: учебник / **А.С. Орлов** [и др.]; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Ист. фак. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: проспект, 2012. - 528 с.: табл. - ISBN 978-5-392-02502-2. 193208.
3.Касьянов, В. В. История России: учебное пособие для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 255 с https://urait.ru/bcode/516973
4.Кузнецов, И.Н. История: учебник / И.Н. Кузнецов. — 6-е изд. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2022 .— 580 с. — (Учебные издания для бакалавров) https://lib.rucont.ru/efd/689391 (дата обращения: 10.07.2023).

б) Дополнительная литература:

1. Васильев Л.С. Всеобщая история: [учеб. пособие]: [в 6 т.] / Васильев Л.С.; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики", Ин-т востоковедения РАН. - [2-е изд., доп. и перераб.]. - М.: КДУ, [2015]. 247744, 247746, 247748, 247750, 247756, 247759.
2. Всемирное культурное наследие: учебник / Санкт-Петербургский государственный университет; под ред. Н.М. Боголюбовой, В.И. Фокина. - Санкт-Петербург.: Издательство Санкт-Петербургского Государственного Университета, 2015. - 368 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-288-05612-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458128
3. Давыдова, Ю.А. История: [16+] / Ю.А. Давыдова, А.В. Матюхин, В.Г. Моржеедов. – 5-е изд., перераб. и доп/. – Москва: Синергия, 2019. – 205 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495816 (дата обращения: 18.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4257-0349-1. – Текст: электронный.
4. Девлетов, О.У. История Европы с древнейших времён до конца XV века: учебное пособие для студентов вузов / О.У. Девлетов. - 2-е изд. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 526 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475- 3076-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256592
5. Деопик, Д.В. История Древнего Востока / Д.В. Деопик; Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет, Исторический факультет, Кафедра всеобщей истории; науч. ред. С.М. Воробьев. - Москва: Издательство ПСТГУ, 2014. - 304 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7429-0384-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277186
6. Зеленская, Т.В. История стран Западной Европы и Америки в новейшее время: учебное пособие / Т.В. Зеленская. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 377 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2563-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274113
7. История: для бакалавров: учебник / П.С. Самыгин, С.И. Самыгин, В.Н. Шевелев, Е.В. Шевелева. - 3-е изд, перераб. - Ростов-н/Д: Феникс, 2014. - 576 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 543-567. - ISBN 978-5-222-21494-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271484

8. Новая история стран Европы и Америки. XVI–XIX века: учебник: в 3 ч. / А.М. Родригес, В.А. Мельянцев, М.В. Пономарев и др.; под ред. А.М. Родригес, М.В. Пономарева. - Москва: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2014. - Ч. 1. - 527 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 5-691-01420-X; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234926
9. Моисеев, В.В. История России. С древнейших времен до наших дней: учебник для вузов: [16+] / В.В. Моисеев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 733 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564646 (дата обращения: 18.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0212-2.
10. Новая история стран Европы и Америки. XVI–XIX века: учебник: в 3 ч. / М.Ю. Золотухин, А.М. Родригес, С.В. Демидов и др.; под ред. А.М. Родригес, М.В. Пономарева. - Москва: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2014. - Ч. 2. - 624 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 5-691-01491-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234927
11.Новейшая история стран Европы и Америки. XX век: учебник: в 3 ч. / К.С. Гаджиев, Т.А. Закаурцева, А.М. Родригес и др.; под ред. А.М. Родригес, М.В. Пономарева. - Москва: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2012. - Ч. 1. 1900-1945. - 465 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 5-691-00607-X; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234931
12. Новейшая история стран Европы и Америки. XX век: учебник: в 3 ч. / К.С. Гаджиев, Т.А. Закаурцева, А.М. Родригес, М.В. Пономарев; под ред. А.М. Родригес, М.В. Пономарева. - Москва : Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2014. - Ч. 2. 1945–2000. - 335 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 5-691-00866-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234932
13. Новейшая история стран Европы и Америки. XX век: учебник: в 3 ч. / Л.А. Макеева, М.В. Пономарев, К.А. Белоусова, В.Л. Шаповалов; под ред. А.М. Родригес, М.В. Пономарева. - Москва: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2014. - Ч. 3. 1945–2000. - 256 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 5-691-00867-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234933
14. Павленко, В.Г. Всеобщая история: (Основы истории Средних веков): учебное пособие / В.Г. Павленко. - Кемерово : КемГУКИ, 2010. - 118 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227760
15. Пленков О.Ю. Новейшая история стран Европы и Америки: учеб. для акад. бакалавриата: для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. направлениям и специальностям: рек. Умо высш. образования / О.Ю. Пленков; С.-Петерб. гос. ун-т. - М.: Юрайт, 2016. - 398 с. 247806.
16. Периодизация истории и «переходные периоды» в современной зарубежной историографии / под ред. З.Ю. Метлицкой. - Москва: РАН ИНИОН, 2010. - 148 с. - (Всеобщая история). - ISBN 978-5-248-00628-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132314
17. Россия в мировом сообществе цивилизаций : учеб. пособие по дисциплине "Отечеств. история" для студентов вузов неист. специальностей : доп. М-вом образования РФ / Л.И. Семенникова. - 7-е изд. - М.: Ун-т, 2005. - 751 с. 120900.
18. Сравнительная история мировых цивилизаций: учебник / Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет», ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный лингвистический университет», Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Вроцлавский университет и др. - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 296 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9296-0751-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458320

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Официальный сайт кафедры ИФКСиОО http://history.sportedu.ru
2. Хронос (проект «Всемирная история в Интернете») http://www.hrono.ru/
3. Крупнейший российский научно-просветительский портал, посвященный эволюции человека http://antropogenez.ru/

4. Портал о всемирной истории и истории России http://www.istorya.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

–современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

1.Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: ПК с выходом в сеть Internet, мультимедийный проектор View sonic, экран, аудиоколонки.

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.О.02 История России», для обучающихся Института туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса, направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», по направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR», очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Истории цивилизации, физической культуры, спорта и олимпийского образования
Сроки изучения дисциплины: 1 и 7 семестр для очной формы обучения, 1 и 9 семестр для заочной формы обучения.
Форма промежуточной аттестации: *зачёт*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная и заочная форма обучения, 1 курс

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа	2-я – 10я неделя семинарских занятий	**9**
2	Тест	2-я – 10я неделя семинарских занятий	**10**
3	Опрос	2-я – 10я неделя семинарских занятий	**5**
4	Защита презентации по выбранной теме	10-я – 11я неделя семинарских занятий	**5**
5	Написание реферата по выбранной теме	1-я – 10я неделя семинарских занятий	**10**
6	Посещение семинарских занятий	в течение семестра	**11** *(по 1 баллу за 2 академических часа)*

[1] В графу вносится информация, если дисциплина (модуль) реализуется посредством очной формы обучения. При формировании таблицы для заочной формы обучения данная графа может не заполняться.

	Зачёт		**20**
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	Письменная контрольная работа	9
2	Тест	10
3	Опрос	5
4	Подготовка презентации	5

Очная форма обучения 4 курс и заочная форма обучения 5 курс

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]	Максимальное кол-во баллов
1	Контрольная работа	2-я – 15я неделя семинарских занятий	**9**
2	Тест	2-я – 10я неделя семинарских занятий	**10**
3	Опрос	2-я – 12я неделя семинарских занятий	**5**
4	Защита презентации по выбранной теме	13-я – 15я неделя семинарских занятий	**5**
5	Написание реферата по выбранной теме	1-я – 15я неделя семинарских занятий	**10**
6	Посещение семинарских занятий	в течение семестра	**15** *(по 1 баллу за 2 академических часа)*
	Зачёт		**20**
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов

[2] В графу вносится информация, если дисциплина (модуль) реализуется посредством очной формы обучения. При формировании таблицы для заочной формы обучения данная графа может не заполняться.

1	Письменная контрольная работа	9
2	Тест	10
3	Опрос	5
4	Подготовка презентации	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам, завершающихся экзаменом, дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам, завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский Университет Спорта «ГЦОЛИФК»

Социально-гуманитарный факультет
Кафедра Истории цивилизации, физической культуры, спорта и олимпийского образования

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«Б1.О.02 История России»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль: «Спортивная реклама и PR»
(очная и заочная формы обучения)

Уровень образования: *бакалавриат.*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины: 1 и 7 семестр для очной формы обучения, 1 и 9 семестр для заочной формы обучения

3. Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней; демонстрация на примерах из различных эпох органической взаимосвязи российской и мировой истории; анализ общего и особенного в российской истории, что позволит определить место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**2**	**3**	**4**
УК-1	**Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач**		
УК-1.2	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации	1	1
УК-1.4	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	1 / 7	1/9
УК-1.5	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений	1 / 7	1/9
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**		
УК-5.2	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1/ 7	1/9
УК-5.3	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм	1 / 7	1/9
УК-5.4	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском	1 / 7	1/9

	контекстах		
УК-5.5	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации	1 / 7	1/9
УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	7	9
УК-5.7	Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям	7	9
УК-5.8	Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	7	9
УК-5.9	Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	7	9
УК-5.10	Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера	7	9
УК-10	**Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности**		
УК-10.4	Знает значение основных правовых категорий, сущность экстремистского, террористического коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни	1 / 7	1/9
УК-10.5	Умеет формировать гражданскую позицию, нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению	7	9
УК-10.6	Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, сформированной правовой культуры, противодействия экстремизму и терроризму, антикоррупционного поведения	7	9

5. Краткое содержание дисциплины:

Очная форма обучения, 1 курс

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Раздел 1.** История как наука. Хронологические и географические рамки курса российской истории. Формирование и развитие славянской цивилизации. Формирование и развитие первого русского государства (Новгород, Киев). Крещение Руси. Правление Ярослава Мудрого.	1	2	2	2		
2	**Раздел 2.** Период феодальной раздробленности, новые государственные формирования на территории Руси. Монгольское вторжение на Русь. Александр Невский и борьба Новгорода с европейскими завоевателями. Возвышение Москвы, начало объединения русских земель, правление Ивана I Калиты. Дмитрий Донской и Куликовская битва.	1	2	2	2		
3	**Раздел 3.** Россия в XV-XVII вв. Феодальная война, окончание раздробленности. Правление Ивана III: покорение Твери и Новгорода, присоединение западных территорий, окончание монгольского ига – формирование централизованного государства. Василий III как продолжатель политики Ивана	1	2	2	4		

	III. Иван IV Грозный и реформы «Избранной Рады». Опричнина и процесс централизации власти. Внешняя политика: присоединение восточных и южных территорий, противостояние с Западной Европой и Крымским ханством.						
4	**Раздел 4.** Династический кризис после смерти Ивана IV. Правление Бориса Годунова. Смутное время: Лжедмитрий I, Василий Шуйский, семибоярщина, открытая польская интервенция. Первое и второе ополчения, изгнание поляков из Москвы. Новая династия - Романовы. Правление Михаила Федоровича и Алексея Михайловича. Бунташный век.	**1**	**2**	**2**	**2**		
5	**Раздел 5.** Правление Софьи Алексеевны, борьба за власть с Петром I. Реформы Петра I – курс на модернизацию России. Северная война, строительство Санкт-Петербурга, создание Российской Империи. Эпоха дворцовых переворотов, кризис престолонаследия. Екатерина II Великая: просвещенный абсолютизм, внутриполитические реформы, внешняя экспансия (присоединение Крыма, разделы Польши).	**1**	**4**	**4**	**4**		
6	**Раздел 6.** Российская Империя в первой половине XIX в. Внутренняя политика в годы царствования императора Александра I. Отечественная война 1812 г. Развитие просветительских и революционных идей в России. Восстание декабристов, воцарение Николая I. Особенности консервативной политики Николая I. Попытки решения	**1**	**2**	**2**	**2**		

	крестьянского вопроса. Крымская война: причины, ход, последствия. Кавказская война.						
7	**Раздел 7.** Российская Империя во второй половине XIX в. – начале XX в. «Великие реформы» Александра II: причины, суть, последствия. Правление Александра III – «контрреформы». Начало царствования Николая II: общественные настроения, ожидания. Радикализация политических обществ. Русско-японская война. Первая русская революция, трансформация политического пространства. Реформы С.Ю. Витте и П.А. Столыпина.	**1**	**2**	**2**	**2**		
8	**Раздел 8.** Вступление России в Первую мировую войну. Внутренний кризис. Февральская революция, падение монархии, установление республики. Октябрьская революция, победа большевиков, первые декреты советской власти, отказ от Учредительного собрания. Гражданская война: причины, этапы, итоги. Политика «военного коммунизма». НЭП. Образование СССР, установление дипломатических связей. Индустриализация и коллективизация, первые пятилетки. Сталинские реформы, политические репрессии, формирование культа личности. СССР в преддверии Второй мировой войны.	**1**	**2**	**2**	**2**		
9	**Раздел 9.** Советско-финская война. Начальный этап Великой Отечественной войны. Битва за Москву. Блокада Ленинграда. Перелом в войне: Сталинградская и Курская операции.	**1**	**2**	**2**	**4**		

	Освобождение захваченных территорий СССР и Европы. Разгром фашисткой Германии. Советско-японская война, завершение Второй мировой войны. Послевоенное восстановление СССР. «Холодная война» и её влияние на экономику и политику СССР. Развенчание культа личности Сталина, хрущевские реформы, период оттепели. Брежневская эпоха «застоя». Научные и культурные достижения СССР 1950-80-х гг. Реформы Горбачева, попытки модернизации и демократизации, кризис советской системы.						
10	**Раздел 10.** Распад СССР, создание Российской Федерации. ГКЧП. Формирование новых политических и экономических основ государственности. Экономический кризис 1990-х гг. Конституционный кризис 1993 г. Первая чеченская война. Президентские выборы 1996 г. Дефолт 1998 г. Вторая Чеченская война, ликвидация сепаратистских движений. Начало XXI в.: укрепление центральной власти, прекращение олигархического управления. Начало экономического роста, реализация национальных проектов. Рост внешнеполитического влияния России. Возвращение Крыма в состав России. Конституционная реформа 2020 г. СВО и вхождение новых субъектов в состав России. Курс на многополярность во внешней политике.	**1**	**2**	**2**	**4**		
	Итого часов:		**22**	**22**	**28**		**зачет**

Очная форма обучения, 4 курс, с использованием сетевой формы обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Раздел 1.** История России и всеобщая история. Что такое Россия? Российское государство-цивилизация. Взаимосвязь истории России с историей других стран и народов. Мир в древности. Народы и политические образования на территории современной России в древности. Восточная Европа в середине I тыс. н. э. Особенности общественного строя в период раннего Средневековья в странах Европы и Азии.	7	12	12			
2	**Раздел 2.** Средневековая Европа и ее взаимодействие с Россией. Формирование Монгольской Империи, походы на Русь, особенности отношений с русскими княжествами. Противостояние и сотрудничество новгородской республики со странами Западной и Северной Европы.	7	1				
3	**Раздел 3.** Мир к началу эпохи Нового времени. Превращение Московского княжества в центр Русского государства. Особенности внешней политики Ивана III и Василия III. Иван IV Грозный и завершение формирования	7	2				

	централизованного государства. Противостояние с Европой: Ливонская война, антирусская пропаганда, территориальные претензии Речи Посполитой. Россия XVI в. в контексте европейской цивилизации.						
4	**Раздел 4.** Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Взаимодействие и противостояние с Речью Посполитой и Швецией. Культура России в XVI–XVII вв. Развитие связей с европейскими странами при правлении Михаила Федоровича и Алексея Михйловича Романовых. Формирование представлений и стереотипов о России в Европе.	**7**	**1**				
5	**Раздел 5.** «Европеизация» России при Петре I. Становление Российской Империи как великой европейской державы. XVIII век — век Просвещения. Эпоха просвещенного абсолютизма в Европе и России. Переход к индустриальному обществу. Россия — «мост» между Западом и Востоком. Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в. Русская культура XVIII в.	**7**	**2**				
6	**Раздел 6.** Россия и мир в первой половине XIX века. Русско-французские отношения при Павле I и Александре I. Заграничные походы русской армии. Венский Конгресс. Формирование Священного союза. Революционаризм в Европе. Западники и славянофилы, революционные и просветительские кружки.	**7**	**1**				

	Крымская война в контексте противостояния Европы и России.						
7	**Раздел 7.** Время Великих реформ в России. Западная индустриальная цивилизация в XIX в. Развитие политических идеологий (консерватизм, либерализм, научный социализм). Империи и национальные государства. Основные направления внешней политики России 2-й пол. XIX – начала XX вв. Складывание военно-политических блоков в Европе. Колониальная политика европейских государств. Мирные инициативы России и Первая Гаагская мирная конференция. Обострение международных отношений в начале XX в.	**7**	**2**				
8	**Раздел 8.** Революционная волна в Европе и мире после Первой мировой войны. Крах империй и образование новых государств. Версальско-вашингтонская система. Брестский мир и выход России из войны. Интервенции в период гражданской войны и санкционная политика стран Запада в отношении Советской России и СССР. Дипломатическое признание и внешняя политика СССР в 1920-30-е гг. Формирование фашистских режимов в Европе. Попытки создания антифашистской коалиции со стороны СССР. Мюнхенский сговор. Пакт Молотова-Риббентропа. Советская культура 1920-30-х гг.	**7**	**1**				
9	**Раздел 9.** СССР в первые годы Второй мировой войны. Великая отечественная война: основные события.	**7**	**2**				

	Формирование антигитлеровской коалиции. Основные фронты Второй мировой войны. Формирование положительного образа СССР в глазах западной общественности. Тегеранская и Ялтинская конференции. Послевоенное устройство мира: Нюрнбергский процесс, победа коммунистических партий в Восточной Европе, создание ООН. Начало Холодной войны. Идеологическое противостояние США и СССР, создание военных и политических блоков. Берлинский и Карибский кризисы. Отношения СССР со странами Азии, Африки, Ближнего Востока, Латинской Америки. Сближение со странами Запада в горбачевскую эпоху.						
10	**Раздел 10.** Россия и страны Запада на рубеже XX – XXI вв.: тенденции развития и проблемы глобализации. Ослабление международного влияния России после распада СССР. Расширение блока НАТО, война в Югославии. Мюнхенская речь В.В. Путина, новая концепция внешней политики России. Российско-грузинский конфликт: поддержание независимости Абхазии и Южной Осетии. Борьба с международным терроризмом и помощь правительству Сирийской Арабской Республики. Воссоединение с Крымом и кризис в отношении со странами Запада. Российская дипломатия в Азии, Африке, на Ближнем Востоке. Кризис мировой однополярной	**7**	**18**	**18**			

	системы, тренды деглобализации. Рост напряженности в отношениях с НАТО, СВО на Украине, конфликт с западным блоком. Новые концепции коллективной безопасности и многополярного мира, предлагаемые Россией. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации. Политическое устройство России. Вызовы будущего и развитие страны						
Итого часов:			**42**	**30**			**зачет**

Заочная форма обучения, 1 курс

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	**Раздел 1.** История как наука. Хронологические и географические рамки курса российской истории. Формирование и развитие славянской цивилизации. Формирование и развитие первого русского государства (Новгород, Киев). Крещение Руси. Правление Ярослава Мудрого.	**1**	**0,5**	**0**	**5**		
2	**Раздел 2.** Период феодальной раздробленности, новые государственные формирования на территории Руси. Монгольское вторжение на Русь. Александр Невский и борьба Новгорода с европейскими завоевателями.	**1**		**0,5**	**7**		

	Возвышение Москвы, начало объединения русских земель, правление Ивана I Калиты. Дмитрий Донской и Куликовская битва.						
3	**Раздел 3.** Россия в XV-XVII вв. Феодальная война, окончание раздробленности. Правление Ивана III: покорение Твери и Новгорода, присоединение западных территорий, окончание монгольского ига – формирование централизованного государства. Василий III как продолжатель политики Ивана III. Иван IV Грозный и реформы «Избранной Рады». Опричнина и процесс централизации власти. Внешняя политика: присоединение восточных и южных территорий, противостояние с Западной Европой и Крымским ханством.	**1**			**7**		
4	**Раздел 4.** Династический кризис после смерти Ивана IV. Правление Бориса Годунова. Смутное время: Лжедмитрий I, Василий Шуйский, семибоярщина, открытая польская интервенция. Первое и второе ополчения, изгнание поляков из Москвы. Новая династия - Романовы. Правление Михаила Федоровича и Алексея Михайловича. Бунташный век.	**1**	**0**		**7**		
5	**Раздел 5.** Правление Софьи Алексеевны, борьба за власть с Петром I. Реформы Петра I – курс на модернизацию России. Северная война, строительство Санкт-Петербурга, создание Российской Империи. Эпоха дворцовых переворотов, кризис престолонаследия. Екатерина II Великая: просвещенный абсолютизм,	**1**	**0,5**	**0,5**	7		

	внутриполитические реформы, внешняя экспансия (присоединение Крыма, разделы Польши).						
6	**Раздел 6.** Российская Империя в первой половине XIX в. Внутренняя политика в годы царствования императора Александра I. Отечественная война 1812 г. Развитие просветительских и революционных идей в России. Восстание декабристов, воцарение Николая I. Особенности консервативной политики Николая I. Попытки решения крестьянского вопроса. Крымская война: причины, ход, последствия. Кавказская война.	**1**			**7**		
7	**Раздел 7.** Российская Империя во второй половине XIX в. – начале XX в. «Великие реформы» Александра II: причины, суть, последствия. Правление Александра III – «контрреформы». Начало царствования Николая II: общественные настроения, ожидания. Радикализация политических обществ. Русско-японская война. Первая русская революция, трансформация политического пространства. Реформы С.Ю. Витте и П.А. Столыпина.	**1**			**7**		
8	**Раздел 8.** Вступление России в Первую мировую войну. Внутренний кризис. Февральская революция, падение монархии, установление республики. Октябрьская революция, победа большевиков, первые декреты советской власти, отказ от Учредительного собрания. Гражданская война: причины, этапы, итоги. Политика «военного коммунизма». НЭП. Образование СССР,	**1**	**0,5**	**0,5**	7		

	установление дипломатических связей. Индустриализация и коллективизация, первые пятилетки. Сталинские реформы, политические репрессии, формирование культа личности. СССР в преддверии Второй мировой войны.						
9	**Раздел 9.** Советско-финская война. Начальный этап Великой Отечественной войны. Битва за Москву. Блокада Ленинграда. Перелом в войне: Сталинградская и Курская операции. Освобождение захваченных территорий СССР и Европы. Разгром фашисткой Германии. Советско-японская война, завершение Второй мировой войны. Послевоенное восстановление СССР. «Холодная война» и её влияние на экономику и политику СССР. Развенчание культа личности Сталина, хрущевские реформы, период оттепели. Брежневская эпоха «застоя». Научные и культурные достижения СССР 1950-80-х гг. Реформы Горбачева, попытки модернизации и демократизации, кризис советской системы.	**1**			**7**		
10	**Раздел 10.** Распад СССР, создание Российской Федерации. ГКЧП. Формирование новых политических и экономических основ государственности. Экономический кризис 1990-х гг. Конституционный кризис 1993 г. Первая чеченская война. Президентские выборы 1996 г. Дефолт 1998 г. Вторая Чеченская война, ликвидация сепаратистских движений. Начало XXI в.: укрепление	**1**	**0,5**	**0,5**	**7**		

	центральной власти, прекращение олигархического управления. Начало экономического роста, реализация национальных проектов. Рост внешнеполитического влияния России. Возвращение Крыма в состав России. Конституционная реформа 2020 г. СВО и вхождение новых субъектов в состав России. Курс на многополярность во внешней политике.						
	Итого часов:		**2**	**2**	**68**		**зачет**

Заочная форма обучения, 5 курс, с использованием сетевой формы обучения

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	**Раздел 1.** История России и всеобщая история. Взаимосвязь истории России с историей других стран и народов. Мир в древности. Народы и политические образования на территории современной России в древности. Восточная Европа в середине I тыс. н. э. Особенности общественного строя в период раннего Средневековья в странах Европы и Азии.	**9**	**2**	**2**	**1**		
2	**Раздел 2.** Средневековая Европа и ее взаимодействие с Россией. Формирование Монгольской Империи, походы на Русь, особенности отношений с русскими	**9**	**2**	**2**	**2**		

	княжествами. Противостояние и сотрудничество новгородской республики со странами Западной и Северной Европы.						
3	**Раздел 3.** Мир к началу эпохи Нового времени. Превращение Московского княжества в центр Русского государства. Особенности внешней политики Ивана III и Василия III. Иван IV Грозный и завершение формирования централизованного государства. Противостояние с Европой: Ливонская война, антирусская пропаганда, территориальные претензии Речи Посполитой. Россия XVI в. в контексте европейской цивилизации.	**9**	**4**	**2**	**2**		
4	**Раздел 4.** Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Взаимодействие и противостояние с Речью Посполитой и Швецией. Культура России в XVI–XVII вв. Развитие связей с европейскими странами при правлении Михаила Федоровича и Алексея Михйловича Романовых. Формирование представлений и стереотипов о России в Европе.	**9**	**4**	**2**	**2**		
5	**Раздел 5.** «Европеизация» России при Петре I. Становление Российской Империи как великой европейской державы. XVIII век — век Просвещения. Эпоха просвещенного абсолютизма в Европе и России. Переход к индустриальному обществу. Россия — «мост» между Западом и Востоком. Внешняя политика России середины и второй половины	**9**	**4**	**2**	**2**		

	XVIII в. Русская культура XVIII в.						
6	**Раздел 6.** Россия и мир в первой половине XIX века. Русско-французские отношения при Павле I и Александре I. Заграничные походы русской армии. Венский Конгресс. Формирование Священного союза. Революционаризм в Европе. Западники и славянофилы, революционные и просветительские кружки. Крымская война в контексте противостояния Европы и России.	**9**	**4**	**2**	**2**		
7	**Раздел 7.** Время Великих реформ в России. Западная индустриальная цивилизация в XIX в. Развитие политических идеологий (консерватизм, либерализм, научный социализм). Империи и национальные государства. Основные направления внешней политики России 2-й пол. XIX – начала XX вв. Складывание военно-политических блоков в Европе. Колониальная политика европейских государств. Мирные инициативы России и Первая Гаагская мирная конференция. Обострение международных отношений в начале XX в.	**9**	**4**	**2**	**2**		
8	**Раздел 8.** Революционная волна в Европе и мире после Первой мировой войны. Крах империй и образование новых государств. Версальско-вашингтонская система. Брестский мир и выход России из войны. Интервенции в период гражданской войны и санкционная политика стран Запада в отношении	**9**	**4**	**2**	**2**		

	Советской России и СССР. Дипломатическое признание и внешняя политика СССР в 1920-30-е гг. Формирование фашистских режимов в Европе. Попытки создания антифашистской коалиции со стороны СССР. Мюнхенский сговор. Пакт Молотова-Риббентропа. Советская культура 1920-30-х гг.						
9	**Раздел 9.** СССР в первые годы Второй мировой войны. Великая отечественная война: основные события. Формирование антигитлеровской коалиции. Основные фронты Второй мировой войны. Формирование положительного образа СССР в глазах западной общественности. Тегеранская и Ялтинская конференции. Послевоенное устройство мира: Нюрнбергский процесс, победа коммунистических партий в Восточной Европе, создание ООН. Начало Холодной войны. Идеологическое противостояние США и СССР, создание военных и политических блоков. Берлинский и Карибский кризисы. Отношения СССР со странами Азии, Африки, Ближнего Востока, Латинской Америки. Сближение со странами Запада в горбачевскую эпоху.	**9**	**4**	**2**	**2**		
10	**Раздел 10.** Россия и страны Запада на рубеже XX – XXI вв.: тенденции развития и проблемы глобализации. Ослабление международного влияния России после распада СССР. Расширение блока НАТО, война в Югославии. Мюнхенская речь В.В. Путина, новая	**9**	**2**	**2**	**1**		

	концепция внешней политики России. Российско-грузинский конфликт: поддержание независимости Абхазии и Южной Осетии. Борьба с международным терроризмом и помощь правительству Сирийской Арабской Республики. Воссоединение с Крымом и кризис в отношении со странами Запада. Российская дипломатия в Азии, Африке, на Ближнем Востоке. Кризис мировой однополярной системы, тренды деглобализации. Рост напряженности в отношениях с НАТО, СВО на Украине, конфликт с западным блоком. Новые концепции коллективной безопасности и многополярного мира, предлагаемые Россией.						
Итого часов:			**34**	**20**	**18**		**зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»

Факультет адаптивной физической культуры, рекреации и туризма

Кафедра Спортивной медицины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.03 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Направление подготовки: 43.03.02 «Туризм»

Направленность (профиль): «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
решением заседания кафедры Спортивной медицины

Протокол № 16 от «16» мая 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Спортивной медицины

Протокол № 18 от «21» июня 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель: Карьёнов Сергей Рудольфович - кандидат педагогических наук, доцент кафедры Спортивной медицины «РУС (ГЦОЛИФК)»

1. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются:

- формирование у студентов мировоззрения о неразрывном единстве профессиональной деятельности и безопасности и защищенности человека, что гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека;
- формирование у студентов системы знаний и представлений о современных методах и средствах обеспечения безопасности производственной деятельности человека и охраны окружающей среды;
- формирование навыков самостоятельной работы, необходимых для использования знаний в области безопасности жизнедеятельности при изучении специальных дисциплин и дальнейшей практической деятельности.

Данная дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины в структуре ООП (ОПОП): Б1.О.03

Настоящая дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) учебного плана и изучается на 1 курсе, во 2-м семестре очного и во 2 семестре заочного обучения.

Учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» обеспечивает обязательный минимум знаний для профессиональной деятельности специалистов физической культуры.

Дисциплина непосредственно связана и базируется на сумме знаний и навыков, полученных студентами в ходе изучения таких дисциплин как «Математика», «Физика», «Информатика», «Экология», «Валеология», «Анатомия», «Психология» и других.

В свою очередь, знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении этой дисциплины, используются при изучении других дисциплин, таких как «Теория и методика физической культуры», «Гигиенические основы физкультурно-оздоровительной деятельности», «Менеджмент физической культуры» и др., а также при выполнении выпускной квалификационной работы.

Основные положения дисциплины должны быть использованы во взаимосвязи с дальнейшим изучением дисциплин профессионально цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**2**	**3**	**4**
УК-8	***Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов***	**2**	**2**
УК-8.1.	*Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды, факторы обеспечения устойчивого развития общества*	2	2
УК-8.2.	*Умеет обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций*	2	2
УК-8.3.	*Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и профессиональной деятельности*	2	2

4.Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **1 зачетную единицу**, **36 академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятел-	Контроль	
1	Предмет и основные положения курса «Безопасность жизнедеятельности»	2	2	2	-		
2	Защита населения в чрезвычайных ситуациях	2		2	-		
3	Факторы выживания, или факторы, способствующие сохранению жизни человека	2	2	2	-		
4	Чрезвычайные ситуации природного характера: землетрясения, грозы, ураганы, пурга, наводнения, сели, лесные и торфяные пожары и др.	2		2	-		
5	Чрезвычайные ситуации техногенного происхождения: взрывы, пожары, выбросы ядовитых и радиоактивных веществ, производственные аварии, нарушение экологического равновесия	2	2	2	2		
6	Чрезвычайные ситуации социального характера: терроризм, беспорядки, пограничные и военные конфликты, войны, эпидемии	2	2	4	2		
7	Первая доврачебная помощь	2	2	6	-		
8	Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека Психофизиологические и эргонометрические основы безопасности	2		2	-		
Итого часов:			**10**	**22**	**4**		**зачёт**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Предмет и основные положения курса «Безопасность жизнедеятельности»	2	2		4		
2	Защита населения в чрезвычайных ситуациях	2			4		
3	Факторы выживания, или факторы, способствующие сохранению жизни человека	2		2	4		
4	Чрезвычайные ситуации природного характера: землетрясения, грозы, ураганы, пурга, наводнения, сели, лесные и торфяные пожары и др.	2			4		
5	Чрезвычайные ситуации техногенного происхождения: взрывы, пожары, выбросы ядовитых и радиоактивных веществ, производственные аварии, нарушение экологического равновесия	2			4		
6	Чрезвычайные ситуации социального характера: терроризм, беспорядки, пограничные и военные конфликты, войны, эпидемии	2			4		
7	Первая доврачебная помощь	2			4		
8	Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека Психофизиологические и эргонометрические основы безопасности	2			4		
Итого часов:			**2**	**2**	**32**		**зачёт**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложение к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

. ***Перечень примерных контрольных вопросов к зачёту.***

1. Основные понятия дисциплины БЖД.
2. Задачи БЖД.
3. Общие характеристики опасностей, причины.
4. Понятие идентификации опасностей.
5. Квантификация и таксономия опасностей.
6. Назначение и понятие номенклатуры опасностей.
7. Средства обеспечения безопасности.
8. Методы обеспечения безопасности.
9. Основные принципы обеспечения безопасности.
10. Методы исследования загазованности воздуха рабочей зоны. Линейно-колориметрический метод.
11. Методы исследования запыленности воздушной среды. Суть весового метода.
12. Исследование естественного производственного освещения. Суть метода Данилюка и его назначение.
13. Исследование искусственного производственного освещения. Классификация искусственного производственного освещения.
14. Исследование методов защиты от шума. Основные акустические понятия.
15. Методы и средства обеспечения безопасной работы за персональным компьютером.
16. Оказание доврачебной помощи при химических и термических ожогах.
17. Оказание доврачебной помощи при тепловом или солнечном ударе.
18. Источники инфекции. Механизмы передачи инфекции.
19. Способы транспортировки пораженных током.
20. Действия по сигналу «Воздушная тревога» (Радиационная опасность», «Химическая тревога»).
21. Гражданская оборона.
22. Чрезвычайная ситуация.
23. Силы и средства, входящие в состав РСЧС.
24. Дезинфекция, дезинсекция и дератизация.
25. Действие шума на человека. Защита от шума.
26. Средства индивидуальной защиты органов дыхания и кожи.
27. Опасности, связанные с болезнями, передаваемые половым путем, и их профилактика.

28. Первая помощь при переохлаждении и обморожении.
29. Понятие о чрезвычайной ситуации техногенного характера.
30. Профилактика болезни «укачивания».
31. Первая помощь при аллергозах и поллинозах.
32. Первая медицинская помощь при обмороке.
33. Механическая асфиксия (приём «Буратино», приём «Геймлиха»).
34. Причины социальных опасностей и их классификация
35. Классификация лесных пожаров, способы тушения. Профилактика лесных пожаров.
36. Сигналы бедствия
37. Антропогенные изменения в природе. Формы антропогенного воздействия человека на биосферу.
38. Первая помощь при поражении электрическим током.
39. Оружие массового поражения, его классификация, поражающие факторы и защита от них
40. Правила поведения во время грозы
41.Понятие о ВИЧ-инфекции и СПИД. Способы передачи ВИЧ-инфекции и меры ее профилактики.
42.Эвакуация населения из зон чрезвычайных ситуаций. Виды эвакуации.
43. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций.
44.Основные цели и задачи по защите населения от чрезвычайных ситуаций
45.Лесные и торфяные пожары, их последствия. Профилактика лесных и торфяных пожаров.
46. Чрезвычайные ситуации метеорологической природы: классификация, характеристика, характер явлений, способы защиты.
47. Чрезвычайные ситуации гидрологической и морской гидрологической природы: классификация, характеристика, характер явлений, способы защиты.
48. Природные пожары: причины возникновения, характер явлений, способы защиты.
49. Эпидемии и пандемии: причины возникновения, основные виды возбудителей, способы борьбы и защиты.
50. Эпизоотии и панзоотии: причины возникновения, основные виды возбудителей, способы борьбы и защиты.
51. Эпифитотии и панфитотии: причины возникновения, основные виды возбудителей, способы борьбы и защиты.
52. Самооборона и ее правовые основы
53. Катастрофы с выбросами радиоактивных веществ.
54. Гидродинамические аварии и их последствия.
55. Влияние технических факторов на население.
56. Безопасность трудовой деятельности.
57. ЧС социального характера и их виды.
58. Безопасность жизнедеятельности при массовых беспорядках.
59. Выживание в случае потери работы.
60. Безопасность жизнедеятельности при ЧС криминального характера.

61. Необходимая самооборона, средства для самообороны и их использование.
62. Терроризм как реальная угроза безопасности в современном обществе.
63. Правила поведения при проведении террористических актов.
64. Безопасность жизнедеятельности в случае технической аварии и ее особенности.
65. Действия населения при объявлении аварии технического характера.
66. Действия населения при объявлении эвакуации в случае технической аварии.
67. Особенности безопасности жизнедеятельности на транспорте.
68. Соблюдение безопасности на городском транспорте.
69. Безопасность жизнедеятельности на авиарейсах.
70. БЖД на железнодорожном транспорте (в поездах, в момент аварии или пожара).
71. Безопасность в ванной комнате, кухне.
72. Электро- и тепло-безопасность в домашних условиях.
73. Безопасность при употреблении продуктов питания.
74. Защита от нападения (укусов) животных.
75. Общие правила БЖД в случае опасностей криминального характера.
76. Действия при защите жилья от нападения.
77. Соблюдение безопасности на улице.
78. Соблюдение безопасности на массовых мероприятиях.
79. Психологические проблемы безопасности. Основные типы психических состояний.
80. Реакции человека на опасность: тревога, страх, испуг, паника

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

1) Основная литература:

1. Безопасность жизнедеятельности: учеб.для студентов учреждений высш. проф. образования / [С.А. Полиевский [и др.]] ; под ред. С.А. Полиевского. - М.: Академия, 2018. - 366 с.: ил.

2. Белов, С. В. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность): учебник для вузов / С. В. Белов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 636 с. — (Высшее образование). https://urait.ru/bcode/530724

3. Резчиков, Е. А. Безопасность жизнедеятельности: учебник для вузов / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 639 с. — (Высшее образование). https://urait.ru/bcode/511426

4. Федоренко В.Н. Безопасность жизнедеятельности : учеб.пособие. Вып. 1: Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях: задачи и состав войск и сил РСЧС и ГО / В.Н. Федоренко, И.А. Ротанов, В.Г. Подковыров ; Гос. ком-т РФ по физ. культуре, спорту и туризму, Сиб. гос. ун-т физ. культуры и спорта. - Омск: [Изд-во СибГУФК], 2019. - 99 с.: ил.

б) Дополнительная литература:

1. Защита населения и объектов в чрезвычайных ситуациях. Радиационная безопасность: пособие : в 3 ч. Ч. 2: Система выживания населения и защита территорий в чрезвычайных ситуациях / С.В. Дорожко [и др.]. - 4-е изд., перераб. и доп. - Минск: Дикта, 2018. - 387 с.: ил.
2. Полиевский С.А. Комплексный междисциплинарный практикум по гигиене, экологии и БЖД / [Полиевский С.А., Иванов А.А., Григорьева О.В.] ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет.образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)", Каф. гигиены, БЖД, экологии и спортсооружений. - М., 2018. - 227 с.: ил., табл.
3. Соловьев С.С. Основы безопасности жизнедеятельности. Алкоголь, табак и наркотики — главные враги здоровья человека: учебно-методическое пособие. — М.: Дрофа, 2019.
4. Терроризм (Это должен знать каждый). Рекомендации гражданам. Разработаны Службой по борьбе с терроризмом Управления ФСБ России по г. Москве и Московской области. - М.: Изд. «Изографус»,2018. – 45 стр.
5. Ястребов Г.С. Безопасность жизнедеятельности и медицина катастроф : учеб.пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования, обучающихся по мед. специальностям : доп. М-вом образования РФ / Г.С. Ястребов. - Изд. 9-е. - Ростов н/Д: Феникс, 2018. - 415 с.: ил.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Интернет-ресурсы: Агентство МЧС по мониторингу и прогнозированию ЧС /http//www.ampe.ru
2. Наследухов А.В. Основы безопасности жизнедеятельности. 5—11 классы. Электронная библиотека наглядных пособий. — М.: Дрофа, 2018.

г)Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ» для обучающихся на Факультете адаптивной физической культуры, рекреации и туризма, 1 курса, направление подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг», очная и заочная формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Спортивной медицины
Сроки изучения дисциплины: 2 семестр очной и 2 семестр заочной формы обучения.
Форма промежуточной аттестации: *зачёт.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выступление на семинаре «ЧС природного характера»*	*В течении семестра*	*10*
2	*Выступление на семинаре «ЧС социального характера»*	*В течении семестра*	*10*
3	*Выступление на семинаре « Первая доврачебная помощь»*	*В течении семестра*	*10*
4	*Выступление на семинаре Защита населения в ЧС»*	*В течении семестра*	*10*
5	*Тестирование по теме «Факторы выживания»*	*В течении семестра*	*10*
6	*Тестирование по теме «ЧС техногенного характера»*	*В течении семестра*	*10*
7	*Написание реферата по предложенным темам*	*В течении семестра*	*10*
8	*Посещение занятий*	*Весь семестр*	*10*
	Зачёт		***20***
	ИТОГО:		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Тестирование по теме «Факторы выживания»*	*10*
2	*Тестирование по теме «ЧС техногенного характера»*	*10*
3	*Написание реферата по предложенной тематике*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные материалы (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»

Факультет адаптивной физической культуры, рекреации и туризма

Кафедра Спортивной медицины

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.03 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Направление подготовки: 43.03.02 «Туризм»

Направленность (профиль): «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021

Москва 2019г.

1. Общая трудоемкость дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» составляет 1 зачетную единицу, 36 академических часов.

2. Семестры освоения дисциплины: 2 семестр очного и 2 семестр заочного обучения.

3. Цель освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Целями освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются:

- формирование у студентов мировоззрения о неразрывном единстве профессиональной деятельности и безопасности, и защищенности человека, что гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека;
- формирование у студентов системы знаний и представлений о современных методах и средствах обеспечения безопасности производственной деятельности человека и охраны окружающей среды;
- формирование навыков самостоятельной работы, необходимых для использования знаний в области безопасности жизнедеятельности при изучении специальных дисциплин и дальнейшей практической деятельности.

Данная дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности»

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-8	***Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов***	**2**	**2**
УК-8.1.	*Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, военных конфликтов; методы сохранения природной среды, факторы обеспечения устойчивого развития общества*	2	2
УК-8.2.	*Умеет обеспечивать условия труда на рабочем месте, безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций*	2	2
УК-8.3.	*Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и профессиональной деятельности*	2	2

5. Краткое содержание дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятел-	Контроль	
1	Предмет и основные положения курса «Безопасность жизнедеятельности»	2	2	2	-		
2	Защита населения в чрезвычайных ситуациях	2		2	-		
3	Факторы выживания, или факторы, способствующие сохранению жизни человека	2	2	2	-		
4	Чрезвычайные ситуации природного характера: землетрясения, грозы, ураганы, пурга, наводнения, сели, лесные и торфяные пожары и др.	2		2	-		
5	Чрезвычайные ситуации техногенного происхождения: взрывы, пожары, выбросы ядовитых и радиоактивных веществ, производственные аварии, нарушение экологического равновесия	2	2	2	2		
6	Чрезвычайные ситуации социального характера: терроризм, беспорядки, пограничные и военные конфликты, войны, эпидемии	2	2	4	2		
7	Первая доврачебная помощь	2	2	6	-		
8	Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека Психофизиологические и эргонометрические основы безопасности	2		2	-		
Итого часов:			**10**	**22**	**4**		**зачёт**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Предмет и основные положения курса «Безопасность жизнедеятельности»	2	2		4		
2	Защита населения в чрезвычайных ситуациях	2			4		
3	Факторы выживания, или факторы, способствующие сохранению жизни человека	2		2	4		
4	Чрезвычайные ситуации природного характера: землетрясения, грозы, ураганы, пурга, наводнения, сели, лесные и торфяные пожары и др.	2			4		
5	Чрезвычайные ситуации техногенного происхождения: взрывы, пожары, выбросы ядовитых и радиоактивных веществ, производственные аварии, нарушение экологического равновесия	2			4		
6	Чрезвычайные ситуации социального характера: терроризм, беспорядки, пограничные и военные конфликты, войны, эпидемии	2			4		
7	Первая доврачебная помощь	1			4		
8	Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека Психофизиологические и эргонометрические основы безопасности	1			4		
Итого часов:			**2**	**2**	**32**		**зачёт**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.04 «Иностранный язык. Английский»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института_научно-педагогического образования
Протокол № 1 от «12» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____ иностранных языков и лингвистики

(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____ иностранных языков и лингвистики
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____ иностранных языков и лингвистики
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
Ходырева Ирина Николаевна, ст. преподаватель кафедры иностранных языков и лингвистики
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. **Цель освоения дисциплины (модуля):**

Целью освоения дисциплины (модуля) Иностранный язык является:
повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым уровнем коммуникативной компетенции, достаточным для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

2. **Место дисциплины (модуля) Б1.0.04 в структуре ООП (ОПОП)**

Дисциплина «Иностранный язык» входит в базовую (обязательную) часть Блока I ФГОС ВО и является обязательной к изучению.
Курс дисциплины «Иностранный язык» проводится в первом и втором семестрах первого года обучения и базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных студентами в процессе обучения иностранному языку в средней школе.

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма**	**Заочная форма**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-4				
Начальный этап (знания)	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*1-2*		*1-2*
Продвинутый этап (умения)	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке. УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*1-2*		*1-2*

Завершающий этап (навыки)	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность. УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*1-2*		*1-2*

4.Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетные единицы**, **108 академических часов**.

очная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	**Мой университет**	**1**		**6**	**1**		
2	**Сравнение задач для журналиста и писателя в области связей с общественностью.»**	**1**		**6**	**1**		
3	**Тест №1 по модулю 1**	**1**		**6**			
4	**Рекомендации по письму для PR писателя.**	**1**		**6**	**1**		
5	**Как избежать ошибок в письменном стиле.**	**1**		**8**	**1**		

	Всего часов за 1 сем:36			**32**	**4**		
6.	**Общественное мнение, аудитория, создание общественного мнения.**	**2**		**6**	**6**		
7.	**Анализ аудитории.**	**2**		**6**	**6**		
8.	**Домашнее чтение**	**2**		**6**	**6**		
9.	**Тест №2 по модулю 2**	**2**		**8**	**6**		
10.	**Средства массовой информации (СМИ) в современных условиях.**	**2**		**6**	**7**		
	Итого за 2 сем:72			**32**	**31**		**Экзамен 9 час.**
Итого часов за 1 и 2 семестры:108 ч				**64**	**35**		**9**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы**, **108 академических часов**.

заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1.	**Мой университет (К/р№ 1)**	**1**		**4**	**32**		

	Итого часов за 1 сем.:	**36 ч.**					
	2 семестр						
1.	**Сравнение задач для журналиста и писателя в области связей с общественностью**	**2**		**4**	**59**	**9 час.**	**экзамен**
	Итого часов за 2 сем.	**72 ч.**					
Итого часов за 1-2 сем.: 108 ч.				**8**	**91**	**9**	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

- **Собеседование по следующим темам:**

1. Мой университет

2.Сравнение задач для журналиста и писателя в области связей с общественностью.

3.Рекомендации по письму для PR писателя.

4.Как избежать ошибок в письменном стиле.

5. Общественное мнение, аудитория, создание общественного мнения.

6. Анализ аудитории.

7.Средства массовой информации (СМИ) в современных условиях.

- **Перевод текста 1200 печатных знаков.**

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

1) Основная литература:

1. Аитов, В. Ф. Английский язык (A1—B1+): учебное пособие для вузов / В. Ф. Аитов, В. М. Аитова, С. В. Кади. — 13-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 234 с. — (Высшее образование) https://urait.ru/bcode/513764

2. Е.В. Захарова, Л.В. Ульянищева «Welcome to the World of PR»
3. Капсаргина, С.А. Иностранный язык (английский): учеб. пособие / Ю.А. Оленцова; Краснояр. гос. аграр. ун-т; С.А. Капсаргина. — Электрон. изд. — Красноярск: КрасГАУ, 2019 .— 153 с. https://lib.rucont.ru/efd/814965
4. Тексты для внеаудиторного чтения по специализации
5. Э.Ф. Телень - «Английский для журналистов» пособие для вузов Москва 2002

б) Дополнительная:

1. Г.Выборова. «EasyEnglish”. Книга для чтения, М., 2004.
2. Голицынский. Грамматика. Сборник упражнений. С.Пб., «КАРО», 2006.
3. Аудиотексты по изучаемым темам.
4. СЕ.Г.Борисенко, О.А.Кравченко. Английский язык для физкультурных специальностей. Учебное пособие. Ростов-на-Дону, Феникс, 2015, 410с.
5. И.Г.Федотова, Н.А. Ишевская «Ускоренный курс английского языка», Москва, Медицина XX1, 2006.
6. Англо-русский словарь: 40000сл. Сост. В.Мюллер, С.Боянус. – М.: Локид-Пресс, Минск, Соврем.слово, 2005 – 687с.
7. Аракин В.Д. Англо-русский словарь: Ок.40000 сл. и 60000 словосочетаний. – 17е изд., стер. – М.: Руск.яз., 2002-590 с.
8. Минаева Л.В. Англо-русский словарь: ок.25000 сл и 70000 словосочетаний – 7е изд., испр. – М.:Русс. Яз.Медиа, 2004- 633с.
9. Г.Выборова, К.Махмурян, О.Мельчина «Easyreading». Книга для чтения на английском языке для студентов неязыковых вузов. Москва АСТ-ПРЕСС,2001г.
10. Голицынский Ю. Грамматика: сб. упражнений / Ю. Голицынский, Н. Голицынская. - Изд. 7-е, испр. и доп. - СПб.: Каро, 2010. - 575 с.: табл.
11. Р.С.Довганенко. Английский язык. Пособие по аудированию. М.,2006.
12. Аудиотексты по изучаемым темам.

в). Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
1. bbc.co.uk news, BBC Learning English, elllo.org-English Listening

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:
- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий семинарского (практического) типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) _Иностранный язык для обучающихся института_Гуманитарного__1_курса, _____группы направления

***подготовки/ специальности*_42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
***направленности (профилю)*___ Спортивная реклама и PR**
очной, заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: __Иностранных языков и лингвистики__.
Сроки изучения дисциплины (модуля): __1-2 семестр (ы) очная форма обучения
1-2 семестры заочная форма
Форма промежуточной аттестации: ***экзамен во 2 семестре очной и заочной формах.***

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальн оекол-во баллов**
1	**Выступление по теме «Мой университет»**	***3 неделя***	***5***
2	**Выступление по теме «Сравнение задач для журналиста и писателя в области связей с общественностью.»**	***6 неделя***	***5***
3	**Выступление по теме «Рекомендации по письму для PR писателя.**	***8 неделя***	***5***
4	**Как избежать ошибок в письменном стиле.**	***11 неделя***	***5***
5	**Общественное мнение, аудитория, создание общественного мнения.**	***14 неделя***	***5***
6	**Анализ аудитории.**	***19 неделя***	***5***
7.	**Средства массовой информации (СМИ) в современных условиях.**	***26 неделя***	***5***
8.	**Лексико-грамматический тесты №1,2,по модулям 1,2**	***8-32 неделя***	***10***

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

		апреля	
9.	**Домашнее чтение**	***15 и 38 неделя***	***10***
10	**Посещение и работа на занятиях**	***В течение семестра***	***20***
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	**Виды текущего контроля успеваемости**	**Максимальное кол-во баллов**
	Контрольная работа №1по разделу(модулю) «Мой университет»	***10***
	Выступление по теме «Мой университет»	***5***
	Выступление по теме «Сравнение задач для журналиста и писателя в области связей с общественностью.»	***5***
	Выступление по теме «Рекомендации по письму для PR писателя.	***10***
	Общественное мнение, аудитория, создание общественного мнения.	***10***
	Анализ аудитории.	***10***
	Домашнее чтение	***10***

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

Максимальное количество баллов начисляется при условии выполнения задания на «отлично»; при выполнении задания на «хорошо» начисляется 80% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «удовлетворительно» начисляется 60% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «неудовлетворительно» баллы не начисляются.

По согласованию с преподавателем, студент может выполнять дополнительные задания, не указанные в таблице, за которые также начисляются дополнительные баллы, но не более 5 баллов за каждое задание.

V. оценка успеваемости ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	**<51**	**51-60**	**61-67**	**68-84**	**85-93**	**94-100**
Словесно-цифровое выражение оценки	**2 Неудовлетворительно**		**3 Удовлетворительно**	**4 Хорошо**	**5 Отлично**	
Оценка по шкале ECTS	**F**	**E**	**D**	**C**	**B**	**A**

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	**<51**	**51-60**	**61-67**	**68-84**	**85-93**	**94-100**
Словесно-цифровое выражение оценки	**Не зачтено**		**Зачтено**			
Оценка по шкале ECTS	**F**	**E**	**D**	**C**	**B**	**A**

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	**<51**	**51-60**	**61-67**	**68-84**	**85-93**	**94-100**
Оценка по шкале ECTS	**F**	**E**	**D**	**C**	**B**	**A**

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б 1.0. 04. «Иностранный язык. Английский»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.03.Реклама и связи с общественностью**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора - 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля) :**

очная форма обучения

составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

заочная форма обучения

составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов..

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):**

1-2 семестр –очное и заочное форма обучения

3.Цель освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины (модуля) Иностранный язык является: повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым уровнем коммуникативной компетенции, достаточным для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма**	**Заочная форма**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-4				
Начальный этап (знания)	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*1*		*1*
Продвинутый этап	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на	*2*		*2*

(умения)	иностранном языке. УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.			
Завершающий этап (навыки)	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность. УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*2*		*2*

4.Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетные единицы**, **108 академических часов**.

очная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	**Мой университет**	**1**		**6**	**1**		
2	**Сравнение задач для журналиста и писателя в области связей с общественностью.»**	**1**		**6**	**1**		
3	**Тест №1 по модулю 1**	**1**		**6**			
4	**Рекомендации по письму для PR писателя.**	**1**		**6**	**1**		

5	**Как избежать ошибок в письменном стиле.**	**1**		**8**	**1**		
	Всего часов за 1 сем:36			**32**	**4**		
6.	**Общественное мнение, аудитория, создание общественного мнения.**	**2**		**6**	**6**		
7.	**Анализ аудитории.**	**2**		**6**	**6**		
8.	**Домашнее чтение**	**2**		**6**	**6**		
9.	**Тест №2 по модулю 2**	**2**		**8**	**6**		
10.	**Средства массовой информации (СМИ) в современных условиях.**	**2**		**6**	**7**		
	Итого за 2 сем:72			**32**	**31**		**Экзамен 9 час.**
Итого часов за 1 и 2 семестры:108 ч				**64**	**35**		**9**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы**, **108 академических часов**.

заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	

1.	**Мой университет (К/р№ 1)**	**1**		**4**	**32**		
	Итого часов за 1 сем.:	**36 ч.**					
	2 семестр						
1.	**Сравнение задач для журналиста и писателя в области связей с общественностью**	**2**		**4**	**59**	**9 час.**	**экзамен**
	Итого часов за 2 сем.	**72 ч.**					
Итого часов за 1-2 сем.: 108 ч.				**8**	**91**	**9**	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.04 Иностранный язык Немецкий»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института_научно-педагогического образования
Протокол № 1 от «12» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ин языков и лингвистики
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ин языков и лингвистики
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
ин языков и лингвистики
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
Переверзева Н.А., к.ф.н., доцент кафедры иностранных языков и лингвистики

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык немецкий» является: является повышение исходного уровня владения иностранным языком и обучение практическому владению разговорно-бытовой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении, а также в дальнейшем самообразовании.

Основной задачей данного курса является формирование у студентов практических навыков различных видов речевой деятельности: говорения, аудирования (восприятия звучащей речи), чтения и письма.

Тематика обучения - повседневно-обиходная, страноведческая, общепознавательного и культурологического характера, популярная.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Иностранный язык немецкий» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу, относится к базовой части цикла Б1.0.04 является обязательной к изучению. Дисциплина «Иностранный язык» базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных студентами в процессе обучения иностранному языку в средней школе и изучается в 1 и 2 семестрах очной и заочной формы обучения

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-4	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*1-2*		*1-2*

	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*1-2*		*1-2*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

_Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Вводно-коррективный курс			4	0,5		
2	In der Buchhandlung			4	0,5		
3	Aufnahmeprüfungen			4	0,5		
4	Aufnahmeprüfungen)Fortsetzung			4	0,5		
5	Unser Studium			4	0,5		
6	Ein Brief			4	0,5		
7	Das Mittagsessen			4	0,5		
8	Begegnung auf der Strasse			4	0,5		
	Итого часов 1 семестр			**32**	**4**		
1	Lektion 1 основной курс Eine riesige Reisefamilie			**6**	**6**		

2	Berlin			**8**	**6**		
3	Sehenswürdigkeiten Deutschlands			**12**	**8**		
4	Familienbräuche. Feiertage			**16**	**11**		
	Итого часов 2 семестр			**32**	**31**		
Итого часов: 108 3 ед.				**64**	**35**	**9**	**Экзамен**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Вводно-коррективный курс			0,5	4		
2	In der Buchhandlung			0,5	4		
3	Aufnahmeprüfungen			0,5	4		
4	Aufnahmeprüfungen)Fortsetzung			0,5	4		
5	Unser Studium			0,5	4		
6	Ein Brief			0,5	4		
7	Das Mittagsessen			0,5	4		
8	Begegnung auf der Strasse			0,5	4		
	Итого часов 1 семестр			**4**	**32**		
1	Lektion 1 основной курс Eine riesige Reisefamilie			**1**	**13**		
2	Berlin			**1**	**13**		
3	Sehenswürdigkeiten Deutschlands			**1**	**15**		
4	Familienbräuche. Feiertage			**1**	**18**		
	Итого часов 2 семестр			**4**	**59**		
Итого часов: 108 3 ед.				**64**	**35**	**9**	**Экзамен**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

После изучения темы семестра проводится лексико-грамматический контроль изученного материала по темам:

In der Buchhandlung
Aufnahmeprüfungen
Aufnahmeprüfungen)Fortsetzung
Unser Studium
Ein Brief
Das Mittagsessen
Begegnung auf der Strasse
Eine riesige Reisefamilie
Berlin
Sehenswürdigkeiten Deutschlands
Familienbräuche. Feiertage

Содержание экзамена.

1. Чтение, ответы на вопросы, пересказ текста объемом 1200 печ.знаков. Время - 30 минут.

2 Устное изложение любой пройденной темы: а) общепознавательной, б) общеспортивной

3. Просмотровое чтение текста объемом 800 печ.знаков. Письменное формулирование трех вопросов к тексту, письменное или устное изложение содержания текста.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

1) Основная литература:

1. В.А. Гандельман, А.Г. Катаева «Немецкий язык» для гуманитарных вузов. –М.: Высш., 2015. -303с.

2. В.И. Дубинский. Учебник немецкого языка для вузов туристического профиля, М. Дашков и К, 2010.

3. В.М. Завьялова, Л.В. Ильина. Практический курс немецкого языка. Начальный этап. Москва, «КДУ», 2010.

4. Иностранный язык (немецкий) : учеб. пособие / Ю.А. Оленцова; Краснояр. гос. аграр. ун-т; Т.Г. Храмцова .— Электрон. изд. — Красноярск : КрасГАУ, 2019 .— 106 с https://lib.rucont.ru/efd/815021

5. М.М.Васильева, М.А.Васильева. Немецкий язык: туризм и сервис. Учебник. Москва, Альфа, 2009.
6. Переверзева, Н.А. Немецкий язык: Зимние виды спорта: учеб. пособие по развитию навыков устной и письменной речи на нем. яз. для бакалавров ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ": рек. Эмс ИТРРиФ ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ" / Переверзева Н.А., Потапова Е.П.; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2016

2) Дополнительная литература:

1. Übungsgrammatik für die Grundstufe- Verlag Liebaug-Dartmann, Meckenheim 2007.
2. Deutschland. Kurz und Bündig. Сост. Н.М. Епихина, Е.С. Кузьмина. - Москва, Издательство «Менеджер», 2002;
3.О Германии кратко. – Москва, «Иностранный язык», «Оникс», 2000;
4. Подгорная Л.И. История Германии в биографиях. Политика.– Санкт-Петербург, «КАРО», 2001;
5. Anne Buscha, Gisela Linthout. Geschäftskommunikation. Verhandlungsgespräche. – Hüber Verlag, 2008;
6. Axel Hering, Magdalena Matysek. Geschäftskommunikation. Besser telefonieren. – Hüber Verlag, 2008;
7. Becker, Braunert, Eisfeld. Dialog Beruf 1-2: Deutsch als Fremdsprache für die Grundstufe/Kursbuch, Arbeisbuch, Hörtexte, Sprechübungen, Lehrerhandbuch. - Ismaning: Max Hüber Verlag, 2006;
8. Фомкин М.С. Geschäftsreisen durch Deutschland: Деловые поездки по Германии: Учебное пособие по немецкому языку для специальности 230500 “Социально-культурный сервис и туризм” (модульная форма обучения). - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. – 50 с.;

Словари:

1. Германия. Австрия. Швейцария. Школьный немецко-русский страноведческий словарь. – Москва. Дрофа, 2001. – 285 с.
2. Словарь немецкого языка: Серия Der kleine Duden: изд-ие 5-ое, испр. и доп./ Под ред. проф. Ямшановой В.А. - СПб.: Изд-во «Дуден», «Тригон», 2005.- 1200 с.;
3. Duden: Das grosse Wörterbuch der deutschen Sprache: In zehn Bänden. – Mannheim. – 1999.

в). **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

1. Обучающие программы по алгоритмической грамматике немецкого языка.
Составители Ямшанова В.А., Ломоносова А.Л., Васильева Н.А., 2007.
2. **http://www.finec.ru**

ссылки на лексико-грамматические упражнения:

3. **http://www.ralf-kinas.de/index.html**
4. **http://www.ralf-kinas.de/online.htm**
5. **http://www.saunalahti.fi/~michi1/uebungen/gra.htm**

немецкая грамматика для владеющих английским языком:

6. **http://webgerman.com/**

http://class.georgiasouthern.edu/german/grammar/grammar.htm

ссылки на немецкоязычные СМИ:

7. **www.tagesschau.de**
8. **www.welt.de**
9. **www.bild.de**
10. **www.berlinonline.de**
11. **www.wortschatz.uni-leipzig.de**

ссылки на словари:

12. **www.bpb.de**
13. **http://www.textlog.de**
14. **www.multitran.ru**
15. **http://dict.leo.org/**
16. **http://www.dict.cc/**
17. **Deutsche Rechtschreibung, Wortformen, Wortbildung, Grammatik, Wörterbüch**er **www.canoo.net**

ссылка на фонетический тренажер:

18. http://www.oddcast.com/home/demos/tts/tts_example.php

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.О.04 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (немецкий)»
для студентов 1курса Гуманитарного института **42.03.01. Реклама и связи с общественностью** направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**
форма обучения *очная и заочная*

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: иностранных языков и лингвистики.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 1-2 семестр (ы) очной и заочной формы обучения

Форма промежуточной аттестации: *экзамен 2 семестр.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальн оекол-во баллов**

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

1	In der Buchhandlung	*1*	*5*
2	Aufnahmeprüfungen	*2*	*5*
3	Aufnahmeprüfungen)Fortsetzung	*3*	*5*
4	Unser Studium	*4*	*5*
5	Ein Brief	*5*	*5*
6	Das Mittagsessen	*6*	*5*
7	Begegnung auf der Strasse	*8*	*5*
8	Eine riesige Reisefamilie	*9*	*5*
9	Berlin	*10*	*5*
6	*Лексико-грамматический тест №1,2 по модулям 1,2*	*1,4*	*10*
7.	*Домашнее чтение*	*5,9*	*10*
8.	*Посещение занятий и работа на занятиях*	*В течение семестра*	*5*
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	Контрольная работа №1по разделу(модулю) «Unser Studium»	*10*
	Выступление по теме «Berlin»	*5*
	Выступление по теме Sehenswürdigkeiten Deutschlands	*5*
a.	Выступление по теме Familienbräuche. Feiertage	*5*
b.	Домашнее чтение	*25*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100

Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт _гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.04 Иностранный язык Немецкий»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021

Москва – 2018г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** 3 зачетных единицы, 108 часов

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):** 1, 2 семестр (ы) –очная форма, 1,2 семестр - заочная

3. **Цель освоения дисциплины (модуля)**

Цель освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык немецкий» является: является повышение исходного уровня владения иностранным языком и обучение практическому владению разговорно-бытовой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении, а также в дальнейшем самообразовании.

Основной задачей данного курса является формирование у студентов практических навыков различных видов речевой деятельности: говорения, аудирования (восприятия звучащей речи), чтения и письма.
Тематика обучения - повседневно-обиходная, страноведческая, общепознавательного и культурологического характера, популярная.

4. **Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)**

Дисциплина «Иностранный язык немецкий» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу, относится к базовой части цикла Б1.Б.04 и является обязательной к изучению.
Дисциплина «Иностранный язык» базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных студентами в процессе обучения иностранному языку в средней школе и изучается в 1 и 2 семестрах очной и заочной формы обучения.

5. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**

	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	3	5	6	7
УК-4	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*1-2*		*1-2*

6. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционные	Занятия	Самостоят	Контроль	
1	Вводно-коррективный курс	1		4	0,5		

2	In der Buchhandlung	1		4	0,5		
3	Aufnahmeprüfungen	1		4	0,5		
4	Aufnahmeprüfungen)Fortsetz ung	1		4	0,5		
5	Unser Studium	1		4	0,5		
6	Ein Brief	1		4	0,5		
7	Das Mittagsessen	1		4	0,5		
8	Begegnung auf der Strasse	1		4	0,5		
	Итого часов 1 семестр			**32**	**4**		
1	Lektion 1 основной курс Eine riesige Reisefamilie	**2**		**6**	**6**		
2	Berlin	**2**		**8**	**6**		
3	Sehenswürdigkeiten Deutschlands	**2**		**12**	**8**		
4	Familienbräuche. Feiertage	**2**		**16**	**11**		
	Итого часов 2 семестр			**32**	**31**		
Итого часов: 108 3 ед.				**64**	**35**	**9**	**Экзамен**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Вводно-коррективный курс	1		0,5	4		
2	In der Buchhandlung	1		0,5	4		
3	Aufnahmeprüfungen	1		0,5	4		
4	Aufnahmeprüfungen)Fortsetz ung	1		0,5	4		
5	Unser Studium	1		0,5	4		
6	Ein Brief	1		0,5	4		
7	Das Mittagsessen	1		0,5	4		

8	Begegnung auf der Strasse	1		0,5	4		
	Итого часов 1 семестр			**4**	**32**		
1	Lektion 1 основной курс Eine riesige Reisefamilie	**2**		**1**	**13**		
2	Berlin	**2**		**1**	**13**		
3	Sehenswürdigkeiten Deutschlands	**2**		**1**	**15**		
4	Familienbräuche. Feiertage	**2**		**1**	**18**		
	Итого часов 2 семестр			**4**	**59**		
Итого часов: 108 3 ед.				**64**	**35**	**9**	**Экзамен**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.04 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» (РУССКИЙ КАК ИНОСТРАННЫЙ)

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат.*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института_ научно-педагогического образования
Протокол № 1 от «12» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
иностранных языков и лингвистики
Протокол № от « » 20

Составитель: Капустина Юлия Александровна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков и лингвистики

1. Цель освоения дисциплины

Общая цель обучения русскому языку студентов-иностранцев физкультурного вуза в условиях языковой среды является комплексной, включающей в себя практическую (коммуникативную) и образовательную цели, которые находятся в тесном взаимодействии с задачами подготовки специалистов для зарубежных стран.

Практическая (коммуникативная) цель обучения русскому языку в условиях нефилологического вуза заключается в достижении иностранными студентами такого уровня практического владения языком, который обеспечивает их учебно-познавательную деятельность в социально-общественной и культурно-бытовой сферах.

В учебном процессе коммуникативная цель достигается путем решения отдельных конкретных задач обучения в рамках каждого вида речевой деятельности**.** Таким образом, практическая (коммуникативная) цель обучения является ведущей, на ее основе реализуется и образовательная цель обучения русскому языку, которая осуществляется путем формирования у студентов необходимых языковых и речевых умений в чтении, аудировании, говорении и письме, обеспечивая им, в конечном счете: а) овладение специальностью; б) общение в условиях русской языковой среды (учебно-профессиональное, повседневно-бытовое и культурное).

Особая актуальность курса обусловлена подготовкой компетентных специалистов, работающих в сфере СМИ. Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Иностранный язык» (Русский как иностранный) относится к циклу Б1.О.04.

Овладение русским языком должно способствовать изучению студентами дисциплин, входящих в программу обучения в бакалавриате, расширению языковых знаний, умений и навыков по различным видам речевой коммуникации в социально-культурной, учебно-научной и профессиональной сферах, подготовить иностранных студентов к работе с научной литературой.

В результате обучения студент-иностранец должен подготовить выпускную квалификационную работу, написание которой невозможно без знания русского языка, без овладения активными навыками устной и письменной профессиональной научной речи.

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для следующей дисциплины: «Иностранный язык (профессиональный)».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП).

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	4	5
УК-4	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	**1,2**	**1,2**
УК-4	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	**1,2**	**1,2**
УК-4	УК-4.3. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в учебной и профессиональной деятельности	**1,2**	**1,2**

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Выражение субъектно-	**1**		**4**		Выполнение	

	объектных отношений					практических заданий	
2	Выражение определительных отношений	**1**		**4**	**1**	Выполнение практических заданий. Тест	
3	Глаголы движения	**1**		**6**		Выполнение практических заданий. Тест	
4	Виды глагола (обобщение)	**1**		**4**	**1**	Выполнение практических заданий. Тест	
5	Выражение временных отношений	**1**		**4**		Выполнение практических заданий.	
6	Деепричастие. Образование, значение, употребление	**1**		**4**	**1**	Выполнение практических заданий. Тест	
7	Выражение причинно-следственных отношений	**1**		**4**		Выполнение практических заданий.	
8	Выражение уступительных отношений	**1**		**4**	**1**	Выполнение практических заданий	
	Итого за 1 семестр			**32**	**4**		
9	Выражение условных отношений	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
10	Выражение целевых отношений	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
11	Выражение изъяснительных отношений	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий	
12	Выражение сравнительно-сопоставительных отношений	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий	
13	Анализ структуры художественного текста	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
14	Анализ официально-делового текста	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Устный опрос.	
15	Анализ структуры научного текста	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических	

						заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
16	Итоговый контроль	**2**		**2**	**3**	**Контрольная работа**	
	Итого за 2 семестр			**32**	**31**		
Итого часов за 1и 2 семестры:108				**64**	**35**		**Экзамен – 9 ч.**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Выражение субъектно-объектных отношений	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий	
2	Выражение определительных отношений	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
3	Глаголы движения	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
4	Виды глагола (обобщение)	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
5	Выражение временных отношений	**1**		**0.5**	**4**	Выполнение практических заданий.	
6	Деепричастие. Образование, значение, употребление	**1**		**0.5**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
7	Выражение причинно-следственных отношений	**1**		**0.5**	**4**	Выполнение практических заданий.	
8	Выражение уступительных отношений	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий	
	Итого за 1 семестр			**4**	**32**		
9	Выражение условных отношений	**2**			**7**	Выполнение практических	

						заданий. Тест	
10	Выражение целевых отношений	**2**		**0,5**	**7**	Выполнение практических заданий. Тест	
11	Выражение изъяснительных отношений	**2**		**0,5**	**8**	Выполнение практических заданий	
12	Выражение сравнительно-сопоставительных отношений	**2**		**0,5**	**7**	Выполнение практических заданий	
13	Анализ структуры художественного текста	**2**		**0,5**	**7**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
14	Анализ официально-делового текста	**2**		**0.5**	**8**	Выполнение практических заданий. Устный опрос.	
15	Анализ структуры научного текста	**2**		**0.5**	**7**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
16	Итоговый контроль	**2**		**4**	**8**	**Контрольная работа**	
	Итого за 2 семестр			**4**	**59**		
Итого часов за 1и 2 семестры:108				**36**	**63**		**Экзамен – 9 ч.**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины.

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине. В конце второго семестра студенты сдают итоговый экзамен, который состоит из двух частей:

1. Обобщающий тест по грамматике.
2. Анализ структуры предложенного текста и написание плана текста

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100

Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины

1) **Основная литература**:

1. Белянко О.Е., Трушина Л.Б. Русские с первого взгляда. Что принято и что не принято у русских. Книга для чтения и тренировки в коммуникации. – М., 2002.
2. Боженкова, Р. К. Русский язык и культура речи : учебник / Р. К. Боженкова, Н. А. Боженкова, В. М. Шаклеин. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 608 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=83539
3. Волкова М.С. Методические разработки на материале рассказов советских писателей о спорте (для студентов-иностранцев II курса Академии). – М., 1993.
4. Волкова М.С. Методические разработки на материале текстов по художественной литературе для студентов-иностранцев РГАФК. – М., 1993.
5. Волкова М.С., Волкова Т.В. Обучение аннотированию и реферированию. Методические разработки для аспирантов-иностранцев РГАФК. – М., 1998.
6. Губина, Г. Г. Английский язык в профессиональной деятельности для специальности «Реклама» = English in Professional Activities for the Specialty ‘Advertising’: учебное пособие: [12+] / Г. Г. Губина. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 63 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=571257
7. Ленская Н.Ю., Никитина Е.Д. Обучение комментированному письму студентов-иностранцев III курса ГЦОЛИФКа. Методические разработки. – М., 1984.
8. Ленская Н.Ю., Никитина Е.Д. Развитие навыков письменной речи. Учебное пособие для студентов-иностранцев III курса ГЦОЛИФК. – М., 1983.

9. Люлевич И.Ю. Научная дискуссия. Методические разработки по развитию навыков говорения в учебно-профессиональной сфере общения для иностранных студентов IV курса и аспирантов-иностранцев I-II года обучения. – М., 1997.
10. Продолжаем изучать русский: учебник по русскому языку как иностранному / Н.Ю. Царева и др. - М.: Русский язык, 2002.
11. Пугачев, О.С. Русский язык и культура речи / Н.П. Пугачева; О.С. Пугачев .— Пенза : РИО ПГАУ, 2018 .— 104 с. https://lib.rucont.ru/efd/671342/info
12. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для вузов / В. Д. Черняк [и др.] ; под редакцией В. Д. Черняк. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. https://urait.ru/book/russkiy-yazyk-i-kultura-rechi-510790
13. Сальникова Л.А. Учебная дискуссия. Методические разработки для студентов-иностранцев старших курсов, обучающихся в ГЦОЛИФКе. – М., 1984.

2) Дополнительная литература:

1. Грамматический тренинг. Основной курс русского языка для студентов-иностранцев / Н.Ю. Царева и др. - М., 2000.
2. Пишем изложение, составляем конспект: учеб, пособие по русскому языку для студентов-иностранцев / И.А. Пугачев и др. - М.: Русский язык, 2003
3. Поговорим? Пособие по разговорной практике. Продвинутый этап / Т.Н. Попова, Е.Е. Юрков. - СПб.: Златоуст, 2000.
4. Практический синтаксис русского языка: учебн-метод. пособие для иностранных учащихся / В.В. Химик. - СПб.: Златоуст, 2001.
5. Русские с первого взгляда. Что принято и что не принято у русских. Книга для чтения и тренировки в коммуникации / О.Е. Белянко, Л.Б. Трушина. -М., 2002.
6. Синтаксис сложноподчиненного предложения: учеб, пособие по русскому языку для студентов-иностранцев / под ред. А.Н. Аникиной. - М.: Русский язык, 2000.
7. Я читаю и говорю по-русски: учеб, пособие по русскому языку как иностранному / Н.Е. Кухаревич и др. - М.; Русский язык, 2003.
8. Тексты художественных произведений (Г.Бакланов «Жена», С.Залыгин «Пилот первого класса», В.Солоухин «Трость», В.Токарева «Самый счастливый день», В.Шукшин «Упорный», Ю.Нагибин «Молодожен», П.Проскурин «Под яркими звездами»).

3) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1.Портал «Образование на русском». - https://pushkininstitute.ru
2.Федеральный портал «Российское образование» http://www.edu.ru/

3.Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» http://school-collection.edu.ru/
4.Филологический портал: Philology.ru
5.Справочно-информационный портал: www.gramota.ru(link is external)
6.Национальный корпус русского языка: www.ruscorpora.ru/(link is external)
7.Образовательный портал «Русский язык»: ruslang.edu.ru Официальный сайт Центра развития русского языка: www.ruscenter.ru/(link is external)
8.Русский язык для делового человека: www.mylanguage.ru(link is external)
9.Портал РОПРЯЛ «Русское слово»: www.ropryal.ru/(link is external)
10.Официальный сайт Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН РФ: www.ruslang.ru/(link is external)
11.Виртуальная библиотека В.Мошкова: lib.ru
12.Веб-сайты учебного и информационного назначения: elearning PRO.ru, www.pushkin.edu.ru(link is external), univertv.ru

4) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся,

индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели и ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине **«Б1.О.04 Иностранный язык»** (Русский язык как иностранный) для обучающихся Гуманитарного института **1 курса**
направления подготовки: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
профиля: **Спортивная реклама и PR**
очной и заочной *форм обучения*

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра иностранных языков и лингвистики

Сроки изучения дисциплины (модуля): 1-2 семестры очной и заочной формы обучения

Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

.II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**[1]	**Максимальное кол-во баллов**
1	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение субъектно-объектных отношений»	*1-2 неделя*	*2+2*
2	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение определительных отношений». Тест	*3-4 неделя*	*2+2*
3	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Глаголы движения». Тест	*5-6-7 неделя*	*2+2+2*
4	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Виды глагола (обобщение)». Тест	*8-9 неделя*	*2+2*
5	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение временных отношений»	*10-11 неделя*	*2+2*
6	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Деепричастие. Образование, значение, употребление». Тест	*12-13 неделя*	*2+2*
7	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение причинно-следственных отношений»	*14-15 неделя*	*2+2*
8	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение уступительных отношений»	*16-17 неделя*	*2+2*
9	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение условных отношений». Тест	*23-24 неделя*	*2+2*
10	Выполнение практических заданий на семинаре по теме	*25 -26 неделя*	*2+2*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	«Выражение целевых отношений». Тест		
11	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение изъяснительных отношений»	*27-28 неделя*	*2+2*
12	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение сравнительно-сопоставительных отношений»	*29-30 неделя*	*2+2*
13	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Анализ структуры художественного текста». Составление плана текста. Устный опрос.	*31-32 неделя*	*2+4*
14	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Анализ официально-делового текста». Устный опрос.	*33-34 неделя*	*2+4*
15	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Анализ структуры научного текста». Составление плана текста. Устный опрос.	*35-36 неделя*	*2+2*
16	Контрольная работа	*37неделя*	*4*
	Экзамен		***30***
	Итого		***100***

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Глаголы движения.	**1**		**1**	**17**	Выполнение практических заданий. Тест	
2	Виды глагола.	**1**		**1**	**17**	Выполнение практических заданий. Тест	
3	Выражение субъектно-объектных, временных, определительных, причинно-следственных, уступительных, условных, целевых, изъяснительных, сравнительно-сопоставительных отношений	**1**		**1**	**8**	Выполнение практических заданий. Тест	
4	Деепричастие. Образование,	**1**		**1**	**8**	Выполнение практических	

	значение, употребление					заданий. Тест	
5	Анализ структуры художественного текста	**1**		**1**	**8**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
6	Анализ официально-делового текста.	**1**		**1**	**8**	Выполнение практических заданий. Устный опрос.	
7	Анализ структуры научного текста	**2**		**1**	**15**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
8	Итоговый контроль	**2**		**1**	**10**	**Контрольная работа**	
Итого часов:108				**8**	**91**		**Экзамен – 9 ч.**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение определительных отношений». Тест	*5*
2	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Глаголы движения». Тест	*5*
3	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Виды глагола (обобщение)». Тест	*5*
4	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Деепричастие. Образование, значение, употребление». Тест	*5*
5	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение условных отношений». Тест	*5*
6	Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Выражение целевых отношений». Тест	*5*
7	«Анализ структуры научного текста». Устный опрос. Составление плана текста	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных

средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

1V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма
(ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.04 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»
(РУССКИЙ КАК ИНОСТРАННЫЙ)

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат.*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора – 2019, 2020, 2021 г.

Москва 2018

1. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет *3* зачетные единицы.

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины:**

очная форма обучения: 1 и 2 семестр

заочная форма обучения: 1 и 2 семестр

3. **Цель освоения дисциплины:**

Общая цель обучения русскому языку студентов-иностранцев физкультурного вуза в условиях языковой среды является комплексной, включающей в себя практическую (коммуникативную) и образовательную цели, которые находятся в тесном взаимодействии с задачами подготовки специалистов для зарубежных стран.

Практическая (коммуникативная) цель обучения русскому языку в условиях нефилологического вуза заключается в достижении иностранными студентами такого уровня практического владения языком, который обеспечивает их учебно-познавательную деятельность в социально-общественной и культурно-бытовой сферах.

Задачи. В учебном процессе коммуникативная цель достигается путем решения отдельных конкретных задач обучения в рамках каждого вида речевой деятельности**.** Таким образом, практическая (коммуникативная) цель обучения является ведущей, на ее основе реализуется и образовательная цель обучения русскому языку, которая осуществляется путем формирования у студентов необходимых языковых и речевых умений в чтении, аудировании, говорении и письме, обеспечивая им, в конечном счете: а) овладение специальностью; б) общение в условиях русской языковой среды (учебно-профессиональное, повседневно-бытовое и культурное).

Особая актуальность курса обусловлена подготовкой компетентных специалистов, работающих в сфере СМИ. Дисциплина (модуль) реализуется на русском языке.

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП).

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	4	5
УК-4	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	**1,2**	**1,2**
УК-4	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	**1,2**	**1,2**
УК-4	УК-4.3. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в учебной и профессиональной деятельности	**1,2**	**1,2**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Выражение субъектно-объектных отношений	**1**		**4**		Выполнение практических заданий	
2	Выражение определительных отношений	**1**		**4**	**1**	Выполнение практических заданий. Тест	
3	Глаголы движения	**1**		**6**		Выполнение практических заданий. Тест	
4	Виды глагола (обобщение)	**1**		**4**	**1**	Выполнение практических	

						заданий. Тест	
5	Выражение временных отношений	**1**		**4**		Выполнение практических заданий.	
6	Деепричастие. Образование, значение, употребление	**1**		**4**	**1**	Выполнение практических заданий. Тест	
7	Выражение причинно-следственных отношений	**1**		**4**		Выполнение практических заданий.	
8	Выражение уступительных отношений	**1**		**4**	**1**	Выполнение практических заданий	
	Итого за 1 семестр			**32**	**4**		
9	Выражение условных отношений	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
10	Выражение целевых отношений	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
11	Выражение изъяснительных отношений	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий	
12	Выражение сравнительно-сопоставительных отношений	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий	
13	Анализ структуры художественного текста	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
14	Анализ официально-делового текста	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Устный опрос.	
15	Анализ структуры научного текста	**2**		**4**	**4**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
16	Итоговый контроль	**2**		**2**	**3**	**Контрольная работа**	
	Итого за 2 семестр			**32**	**31**		
Итого часов за 1и 2 семестры:108				**64**	**35**		**Экзамен – 9 ч.**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Выражение субъектно-объектных отношений	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий	
2	Выражение определительных отношений	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
3	Глаголы движения	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
4	Виды глагола (обобщение)	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
5	Выражение временных отношений	**1**		**0.5**	**4**	Выполнение практических заданий.	
6	Деепричастие. Образование, значение, употребление	**1**		**0.5**	**4**	Выполнение практических заданий. Тест	
7	Выражение причинно-следственных отношений	**1**		**0.5**	**4**	Выполнение практических заданий.	
8	Выражение уступительных отношений	**1**		**0,5**	**4**	Выполнение практических заданий	
	Итого за 1 семестр			**4**	**32**		
9	Выражение условных отношений	**2**			**7**	Выполнение практических заданий. Тест	
10	Выражение целевых отношений	**2**		**0,5**	**7**	Выполнение практических заданий. Тест	
11	Выражение изъяснительных отношений	**2**		**0,5**	**8**	Выполнение практических заданий	
12	Выражение сравнительно-сопоставительных отношений	**2**		**0,5**	**7**	Выполнение практических	

						заданий	
13	Анализ структуры художественного текста	**2**		**0,5**	**7**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
14	Анализ официально-делового текста	**2**		**0.5**	**8**	Выполнение практических заданий. Устный опрос.	
15	Анализ структуры научного текста	**2**		**0.5**	**7**	Выполнение практических заданий. Устный опрос. Составление плана текста	
16	Итоговый контроль	**2**		**4**	**8**	**Контрольная работа**	
	Итого за 2 семестр			**4**	**59**		
Итого часов за 1и 2 семестры:108 час.				**36**	**63**		**Экзамен – 9 ч.**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.Б.04 Иностранный язык Французский»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Оценочные средства утверждены и рекомендованы
Экспертно-методическим советом
Института_Гуманитарного
Протокол № 1 от «26 сентября» 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____ иностранных языков и лингвистики

(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____ иностранных языков и лингвистики
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____ иностранных языков и лингвистики
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
Белякова Е.А., старший преподаватель кафедры иностранных языков и лингвистики

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык французский» является: является повышение исходного уровня владения иностранным языком и обучение практическому владению разговорно-бытовой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении, а также в дальнейшем самообразовании.

Основной задачей данного курса является формирование у студентов практических навыков различных видов речевой деятельности: аудирования, говорения, чтения и письма.
Тематика обучения - повседневно-обиходная, страноведческая, общепознавательного и культурологического характера, популярная.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Иностранный язык французский» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу, относится к базовой части цикла Б1.Б.04 является обязательной к изучению. Дисциплина «Иностранный язык» базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных студентами в процессе обучения иностранному языку в средней школе и изучается в 1 и 2 семестрах.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*1-2*		*1-2*

устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*1-2*		*1-2*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Вводно-коррективный курс			4	0,5		
2	La publicité dans le monde			4	0,5		
3	Présentation géréral du secteur marketing			4	0,5		
4	Marketing			4	0,5		
5	La publicité en France			4	0,5		
6	Problèmes publicitaires			4	0,5		
7	Expérience professionnelle			4	0,5		
8	Petits boulots			4	0,5		
	Итого часов 1 семестр			**32**	**4**		
1	Déplacements professionnels			**6**	**6**		

2	Entre cultures			**8**	**6**		
3	Lecture à domicile			**12**	**8**		
4	Contretemps			**16**	**11**		
	Итого часов 2 семестр			**32**	**31**		
Итого часов 1-2 семестры: 108 3 ед.				**64**	**35**	**9**	**Экзамен**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Вводно-коррективный курс			0,5	4		
2	La publicité dans le monde			0,5	4		
3	Présentation géréral du secteur marketing			0,5	4		
4	Marketing			0,5	4		
5	La publicité en France			0,5	4		
6	Problèmes publicitaires			0,5	4		
7	Expérience professionnelle			0,5	4		
8	Petits boulots			0,5	4		
	Итого часов 1 семестр			**4**	**32**		
1	Déplacements professionnels			**1**	**13**		
2	Entre cultures			**1**	**13**		
3	Lecture à domicile			**1**	**15**		
4	Contretemps			**1**	**18**		
	Итого часов 2 семестр			**4**	**59**	**9**	**Экзамен**
Итого часов 1-2 семестры: 108 3 ед.				**64**	**35**	**9**	**Экзамен**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

После изучения темы семестра проводится лексико-грамматический контроль изученного материала по темам:

La publicité dans le monde
Présentation géréral du secteur marketing
Marketing
La publicité en France
Problèmes publicitaires
Expérience professionnelle
Petits boulots
Déplacements professionnels
Entre cultures
Lecture à domicile
Faire le point

Содержание экзамена.

1. Чтение, ответы на вопросы, пересказ текста объемом 1200 печ.знаков. Время - 30 минут.

2 Устное изложение любой пройденной темы: а) общепознавательной, б) общеспортивной

3. Просмотровое чтение текста объемом 800 печ.знаков. Письменное формулирование трех вопросов к тексту, письменное или устное изложение содержания текста.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

1) Основная литература:

1. И.Н. Попова, Ж.А. Казакова, Г.М. Ковальчук «Французский язык». –М., «Нестор Академик Паблишерз» 2005.- 575с.
2. И.Н. Попова, Ж.А. Казакова «Грамматика французского языка». –М., «Нестор Академик Паблишерз» 2005.- 475с.
3. Н.И. Беляева Учебное пособие по французскому язяку для студентов вузов физической культуры, обучающихся по направлениям подготовки бакалавров. Малаховка, 2012. -147 с.
4. J.-L. Penfornis “Marketing”, CLE, Paris 2017.

5. Белякова, Е.А. Французский язык: тексты для чтения : учеб. пособие по развитию навыков устной и письменной речи на франц.. яз. для бакалавров ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ" : рек. Эмс ИТРРиФ ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ" / Белякова Е.А.; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2016

2) Дополнительная литература:

1. Н.Ю. Екина Практический курс французского языка. Учебное пособие, МГЛУ , 2019.- 205 с.

   Словари:
2. В.Г. Гак, К.А. Ганшина. Новый французско-русский словарь. М., Русский язык. Медиа, 2004. – 1195 с.
3. Большой русско-французский словарь. Авторы: Щерба Л.В., Матусевич М.И. и др. – М., Русский язык. Медиа, 2004. – 561 с.
4. Крайсман, Н.В. Французский язык для делового и профессионального общения : учеб. пособие / Казан. нац. исслед. технол. ун-т; Н.В. Крайсман .— Казань : КНИТУ, 2019 .— 124 с https://lib.rucont.ru/lti/tool?goto=782733

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. **www.rf.wikipedia.org**
2. **www.marketing.fr**
3. www.google.fr

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.О.04 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (французский)»
для студентов 1курса Гуманитарного института **42.03.01. Реклама и связи с общественностью** направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**
форма обучения *очная и заочная*

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: иностранных языков и лингвистики.
Сроки изучения дисциплины (модуля): 1-2 семестр (ы)
Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	La publicité dans le monde	*1*	*5*
2	Présentation géréral du secteur marketing	*2*	*5*
3	Marketing	*3*	*5*
4	La publicité en France	*4*	*5*
5	Problèmes publicitaires	*5*	*5*
6	Expérience professionnelle	*6*	*5*
7	Petits boulots	*8*	*5*
8	Déplacements professionnels	*9*	*5*
9	Entre cultures	*10*	*5*
6	Faire le point	*1,4*	*10*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

7.	Lecture à domicile	*5,9*	*10*
8.	*Посещение занятий и работа на занятиях*	*В течение семестра*	*5*
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	Контрольная работа №1по разделу(модулю) «Marketing»	*10*
	Выступление по теме «La publicité dans le monde»	*5*
	Выступление по теме “La publicité en France“	*5*
a.	Выступление по теме “Entre cultures”	*5*
b.	Lecture à domicile	*25*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.Б.04 Иностранный язык Французский»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021

Москва – 2018г.

1.**Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** 3 зачетных единицы, 108 часов

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 1, 2 семестр (ы) –очная форма, 1 семестр - заочная

3.Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык французский» является: является повышение исходного уровня владения иностранным языком и обучение практическому владению разговорно-бытовой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении, а также в дальнейшем самообразовании.

Основной задачей данного курса является формирование у студентов практических навыков различных видов речевой деятельности: аудирование, говорения, чтения и письма. Тематика обучения - повседневно-обиходная, страноведческая, общепознавательного и культурологического характера, популярная.

4.Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Иностранный язык французский» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу, относится к базовой части цикла Б1.Б.04 и является обязательной к изучению.
Дисциплина «Иностранный язык» базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных студентами в процессе обучения иностранному языку в средней школе и изучается в 1 и 2 семестрах.

5.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	*1-2*		*1-2*

	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*1-2*		*1-2*
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*1-2*		*1-2*

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Вводно-коррективный курс			4	0,5		
2	La publicité dans le monde			4	0,5		
3	Présentation géréral du secteur marketing			4	0,5		
4	Marketing			4	0,5		
5	La publicité en France			4	0,5		
6	Problèmes publicitaires			4	0,5		
7	Expérience professionnelle			4	0,5		
8	Petits boulots			4	0,5		
	Итого часов 1 семестр			**32**	**4**		
1	Déplacements professionnels			**6**	**6**		
2	Entre cultures			**8**	**6**		
3	Lecture à domicile			**12**	**8**		
4	Contretemps			**16**	**11**		

	Итого часов 2 семестр			**32**	**31**		
Итого часов 1-2 семестры: 108 3 ед.				**64**	**35**	**9**	**Экзамен**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Вводно-коррективный курс			0,5	4		
2	La publicité dans le monde			0,5	4		
3	Présentation géréral du secteur marketing			0,5	4		
4	Marketing			0,5	4		
5	La publicité en France			0,5	4		
6	Problèmes publicitaires			0,5	4		
7	Expérience professionnelle			0,5	4		
8	Petits boulots			0,5	4		
	Итого часов 1 семестр			**4**	**32**		
1	Déplacements professionnels			**1**	**13**		
2	Entre cultures			**1**	**13**		
3	Lecture à domicile			**1**	**15**		
4	Contretemps			**1**	**18**		
	Итого часов 2 семестр			**4**	**59**	**9**	**Экзамен**
Итого часов 1-2 семестры: 108 3 ед.				**64**	**35**	**9**	**Экзамен**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт спорта и физического воспитания

Кафедра теоретико-методических основ физической культуры и спорта

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.05 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института спортивного воспитания_____
Протокол № _1_ от «_27_» _сентября__2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
Мачканова Елена Вячеславовна, к.п.н., доцент кафедры теоретико-методических основ физической культуры и спорта
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Физическая культура и спорт" является:

– обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;

– формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;

– овладение системой специальных знаний, практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, коррекцию имеющихся отклонений в состоянии здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, формирование профессионально значимых качеств и свойств личности;

– ознакомление с основами адаптации организма к воздействию умственных и физических нагрузок, а также расширение функциональных возможностей физиологических систем, повышение сопротивляемости защитных сил организма;

– овладение методикой формирования и выполнения комплекса упражнений оздоровительной направленности для самостоятельных занятий, способами самоконтроля при выполнении физических нагрузок различного характера, правилами личной гигиены, рационального режима труда и отдыха;

– овладение средствами и методами противодействия неблагоприятным факторам и условиям труда, снижения утомления в процессе профессиональной деятельности и повышения качества результатов;

– подготовка к выполнению нормативных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (теоретическая часть).

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины «Физическая культура и спорт» в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Физическая культура и спорт» относится к базовой части ООП (ОПОП) входит в раздел учебного плана подготовки студентов всех форм обучения, направлений подготовки и профилей подготовки. Является обязательным разделом гуманитарного компонента образования и направлена на формирование физической культуры личности студента, подготовку к социально-профессиональной деятельности, сохранение и укрепление здоровья.

Дисциплина «Физическая культура и спорт» является теоретико-методической базой для освоения практических и теоретических дисциплин физкультурно-спортивной направленности:

– история физической культуры и спорта;

– элективные дисциплины по физической культуре и спорту.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-7	способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	*1*	*1*
	УК-7.1. Знает основы контроля и самооценки уровня физической подготовленности	*1*	*1*
	УК-7.6. Умеет самостоятельно оценивать уровень физической подготовленности	*1*	*1*
	УК-7.9. Способен на самоконтроль и анализ своего физического состояния, физической подготовленности	*1*	*1*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 **зачетных единицы**, 72 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Самостоятельная работа	
1	Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов	**1**	**2**	**2**	
2	История становления и развития Универсиад. История комплексов ГТО и БГТО. Новый Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс	**1**	**2**	**2**	
3	Социально-биологические основы физической культуры	**1**	**2**	**2**	
4	Основы здорового образа жизни студента. Роль физической культуры в обеспечении здоровья	**1**	**2**	**2**	
5	Лечебная физическая культура как средство профилактики и реабилитации при различных заболеваниях	**1**	**2**	**2**	
6	Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности	**1**	**2**	**2**	
7	Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания	**1**	**2**	**2**	
8	Структура физической культуры личности. Значение мотивации в сфере физической культуры. Проблемы формирования мотивации студентов к занятиям физической культурой	**1**	**2**	**2**	
9	Спорт. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений	**1**	**2**	**2**	
10	Спортивные и подвижные игры	**1**		**4**	
11	Туризм. Классификация видов туристических походов. Особенности туризма и методика организации	**1**		**4**	
12	Нетрадиционные (необычные) виды спорта	**1**		**4**	
13	Традиционные и современные оздоровительные системы физических упражнений	**1**	**2**	**2**	
14	Методические основы самостоятельных занятий	**1**	**2**	**2**	

	физическими упражнениями				
15	Самоконтроль студентов, занимающихся физическими упражнениями и спортом	**1**	**2**	**2**	
16	Восстановительные процессы в физической культуре и спорте. Основы рационального питания	**1**	**2**	**2**	
17	Массовые физкультурно-спортивные мероприятия. Правила поведения студентов-болельщиков на соревнованиях. Воспитание толерантности	**1**		**4**	
18	Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура в профессиональной деятельности	**1**	**2**	**2**	
Итого часов: 72			**28**	**44**	**зачет**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**		**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Самостоятельная работа**	
1	Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов	**1**	**2**	**2**	
2	История становления и развития Универсиад. История комплексов ГТО и БГТО. Новый Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс	**1**		**4**	
3	Социально-биологические основы физической культуры	**1**		**4**	
4	Основы здорового образа жизни студента. Роль физической культуры в обеспечении здоровья	**1**		**4**	
5	Лечебная физическая культура как средство профилактики и реабилитации при различных заболеваниях	**1**		**4**	
6	Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической	**1**		**4**	

	культуры в регулировании работоспособности				
7	Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания	**1**		**4**	
8	Структура физической культуры личности. Значение мотивации в сфере физической культуры. Проблемы формирования мотивации студентов к занятиям физической культурой	**1**	**2**	**2**	
9	Спорт. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений	**1**		**4**	
10	Спортивные и подвижные игры	**1**		**4**	
11	Туризм. Классификация видов туристических походов. Особенности туризма и методика организации	**1**		**4**	
12	Нетрадиционные (необычные) виды спорта	**1**		**4**	
13	Традиционные и современные оздоровительные системы физических упражнений	**1**		**4**	
14	Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями	**1**		**4**	
15	Самоконтроль студентов, занимающихся физическими упражнениями и спортом	**1**		**4**	
16	Восстановительные процессы в физической культуре и спорте. Основы рационального питания	**1**		**4**	
17	Массовые физкультурно-спортивные мероприятия. Правила поведения студентов-болельщиков на соревнованиях. Воспитание толерантности	**1**		**4**	
18	Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура в профессиональной деятельности	**1**		**4**	
Итого часов: 72			**4**	**68**	**зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной

справке по дисциплине «Физическая культура и спорт» (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Физическая культура и спорт».

Контрольные вопросы по теоретическому разделу дисциплины «Физическая культура и спорт»

1. Каково состояние современной системы физического воспитания в нашей стране?
2. Почему дисциплина «Физическая культура» является обязательной для общеобразовательных школ и вузов нашей страны?
3. Каковы основные положения организации физического воспитания в высшем учебном заведении?
4. Какие оздоровительные средства физической культуры используются для оптимизации работоспособности, профилактики психофизического утомления студентов, повышения эффективности учебного труда?
5. Как проводится профилактика и коррекция отклонений в состоянии здоровья средствами оздоровительной физической культуры в условиях вуза?
6. Когда и в каком городе проводилась Всемирная Универсиада в России? Каковы её результаты?
7. Когда и при каких обстоятельствах зародился комплекс ГТО?
8. Каковы цель, задачи, структура, основные требования нового Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО?
9. Что такое гиподинамия? Её причины и следствия.
10. Что такое здоровый образ жизни?
11. В чем различие понятий «здоровый образ жизни» и «здоровый стиль жизни»?
12. Какова роль физической культуры в обеспечении здоровья?
13. Что такое здоровье? Каковы его содержание и критерии?
14. Что такое лечебная физическая культура? Какие задачи она решает?
15. Какие методические принципы физического воспитания вы знаете?
16. В чем различие общей и специальной физической подготовки студентов?
17. В чем назначение мышечной релаксации?
18. Каковы структура и содержание учебного занятия оздоровительной направленности?
19. Что понимается под физической культурой личности?
20. Какие проблемы в повышении мотивации студентов?

21. Что такое спорт? В чем его отличие от других видов физкультурной деятельности?
22. Каково влияние занятий спортом на личностные и физические качества человека?
23. Что такое рекреация? В чем её отличие от других видов физкультурно-оздоровительной деятельности?
24. Какие национальные виды спорта существуют на территории РФ?
25. Охарактеризуйте традиционные и нетрадиционные оздоровительные системы?
26. Какова роль оздоровительной гимнастики при самостоятельных занятиях?
27. Какие виды самоконтроля могут использоваться на занятиях различной направленности?
28. Что такое восстановление? Какие виды восстановления используются после физических нагрузок?
29. Каковы цели, задачи, принципы, особенности организации и проведения физкультурно-спортивных массовых мероприятий?
30. Что такое профессионально-прикладная физическая культура? Каковы ее видовые характеристики и функциональное назначение?

Объемные требования к зачету по дисциплине «Физическая культура и спорт»

1. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества, как часть общечеловеческой культуры. Компоненты физической культуры.
2. Организационно-правовые основы физической культуры и спорта.
3. Физическая культура как учебная дисциплина высшего профессионального образования.
4. Физическая культура студента. Организация физического воспитания в вузе.
5. Определение потребностей в занятиях физической культурой и спортом современной молодежи.
6. Формирование мотивации студенческой молодежи к занятиям физической культурой и спортом.
7. Роль физической культуры в укреплении и сохранении здоровья.
8. Основы методики регуляции эмоциональных состояний человека (аутогенная тренировка, психофизическая тренировка, медитация).
9. Воздействие естественных природных, гигиенических и социально-экологических факторов на организм и жизнедеятельность человека.

10. Физическая культура и спорт как средства сохранения и укрепления здоровья студентов, их физического и спортивного совершенствования.
11. Функциональная активность человека и взаимосвязь физической и умственной деятельности.
12. Утомление и восстановление при физической и умственной работе.
13. Рациональное питание при различных режимах двигательной активности.
14. Витамины и их роль в обмене веществ. Регуляция обмена веществ.
15. Двигательная активность и повышение устойчивости организма человека к различным условиям внешней среды.
16.Формирование правильной осанки и профилактика ее нарушений средствами физической культуры.
17. Виды физических нагрузок и регуляция их интенсивности.
18. Адаптация к физическим нагрузкам и методика увеличения мышечной массы.
19. Интервальная нагрузка. Сочетание аэробной и силовой нагрузок.
20. Понятие «здоровье», его содержание и критерии и факторы, его определяющие.
21. Здоровый образ жизни студента. Рациональный режим труда и отдыха.
22. Взаимосвязь общей культуры студента и его образа жизни.
23. Здоровый образ жизни и характеристики его составляющих. Здоровый стиль жизни.
24. Гигиеническая гимнастика как фактор здорового образа жизни.
25. Гигиенические основы закаливания.
26. Личная гигиена студента и ее составляющие.
27. Профилактика вредных привычек средствами физической культуры и спорта.
28. Физическое самовоспитание и совершенствование – условие здорового образа жизни.
29. Работоспособность и влияние на нее различных факторов.
30. Динамика работоспособности студента в учебном году и факторы, ее определяющие.
31. Средства физической культуры в регулировании психоэмоционального и функционального состояния студента в экзаменационный период.
32. Общая и специальная физическая подготовка, цели и задачи.
33. Значение мышечной релаксации. Средства и методы мышечного расслабления.
34. Коррекция физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта.
35. Формы занятий физическими упражнениями.

36. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.
37. Интенсивность нагрузок в условиях самостоятельных занятий у лиц разного возраста.
38. Организация самостоятельных занятий. Формы и содержание самостоятельных занятий.
39. Самоконтроль в процессе самостоятельных занятий.
40. Спорт. Его отличие от других видов занятий физическими упражнениями.
41. Особенности организации и планирования спортивной подготовки в вузе.
42. Единая спортивная классификация в различных видах спорта. Её функциональное назначение
43. Студенческий спорт. Его организационные особенности. Студенческие спортивные организации.
44. Современные популярные системы физических упражнений.
45. История комплекса ГТО и БГТО. Задачи и значение современного комплекса ГТО для различных слоев населения.
46. Мотивация и обоснование индивидуального выбора студентом вида спорта или системы физических упражнений для регулярных занятий.
47. Профилактика травматизма на занятиях физической культурой и спортом.
48. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом, его цели, задачи и методы исследования. Субъективные и объективные показатели самоконтроля.
49. Использование методов стандартов, антропометрических индексов, функциональных проб и тестов для оценки физического развития, телосложения, функционального состояния организма.
50. Определение понятия профессионально-прикладная физическая подготовка, ее цели и задачи, общие положения. Место в системе физического воспитания студентов.
51. Характер труда специалистов и его влияние на содержание профессионально-прикладной физической подготовки студентов различных направлений подготовки.
52. Методика подбора средств профессионально-прикладной физической подготовки студентов.
53. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры.
54. Понятие «производственная физическая культура», ее цели и задачи.
55. Технология составления комплексов в различных видах производственной гимнастики и определение их места в течение рабочего дня.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины «Физическая культура и спорт»

а) Основная литература:

1. Варава, Ю.И. Гимнастика в профессионально-педагогической подготовке студентов: учеб. пособие / Ю. И. Варава, С.А. Марчук, Л. В. Меньшикова, Ю.В. Марчук, Ф.Ф. Башаров. – Екатеринбург: Изд-во ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2009. –144 с.
2. Виленский М.Я. Физическая культура и здоровый образ жизни студента: учебное пособие / М.Я. Виленский, А.Г. Горшков. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 240 с.
3. Грачев, О. К. Физическая культура: учебное пособие / О. К. Грачев. / Под ред. доцента Е. В. Харламова. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005. – 464 с.
4. Евсеев Ю.И. Физическая культура. Серия «Учебники, учебные пособия» / Ю.И. Евсеев. – Ростов-на Дону, 2003. – 384 с.
5. Ильинич, В. И. Физическая культура студентов и жизнь: учебник / В. И. Ильинич. - М.: Гардарики, 2008. – 366 с.
6. Кислицын, Ю. Л. Физиологическое обоснование учебного процесса по физическому воспитанию учащейся молодежи (теоретические и методико-практические аспекты): учеб. пособие / Ю. Л. Кислицын, Л. Ю. Кислицына, И. А. Пермяков. – М.: РУДН, 2006. -169 с.
7. Лечебная физическая культура: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 022500 - Физ. культура для лиц с отклонениями в состоянии здоровья (адаптивная физ. культура) / [С. Н. Попов, Н. М. Валеев, Т. С. Гарасева и др.]; под ред. С. Н. Попова. 2-е изд., стер. – М.: Academia, 2005. – 416 с.
8. Марчук, С.А. Организационные и содержательные аспекты физической культуры в профессионально-педагогическом вузе. Учеб. пособие / под ред. С.А. Марчук, Т.А. Бобылевой. – Екатеринбург: Изд-во ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2006. – 193 с.
9. О физической культуре и спорте в Российской Федерации: Федер. закон №329-ФЗ. – М.: Проспект, 2010. – 40 с.
10. Разумов, А. Н. Оздоровительная физкультура в восстановительной медицине / А. Н. Разумов, О. В. Ромашин. Изд. 2-е перераб. и доп. - М.: МДВ, 2007. – 264 с.
11. Солнцева, А. С. Физическая культура и спорт: учебно-методическое пособие / В. Х. Шнайдер; А. С. Солнцева. — Малаховка: МГАФК, 2018. — 54 с. https://lib.rucont.ru/efd/773002

12. Холодов, Ж. К. Теория и методика физического воспитания и спорта: учеб. пособие для студентов высших учеб. заведений / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. 4-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 478 с.
13. Ямалетдинова, Г.А. Словарь-справочник по физической культуре учебное пособие / под ред. Г.А. Ямалетдинова, С.А. Марчук, Т.М. Лебедихина. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2007. – 116 с.

б) Дополнительная литература:

1. Максименко А.М. Теория и методика физической культуры: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 032100 и специальности 032101: рек. УМО по образованию в обл. физ. культуры и спорта / А.М. Максименко. - изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Физ. культура, 2009. – 492 с.
2. Матвеев, Л. П. Теория и методика физической культуры: Учебник / Л. П. Матвеев. / Физическая культура и спорт: СпортАкадемПресс, 2008. – 544 с.
3. Резер, Т.М. Здоровьесбережение в профессиональной подготовке специалиста: Учеб. Пособие. / Т.М. Резер. – Екатеринбург: Изд-во ГОУ ВПО «Рос. Гос. Проф.-пед. ун-т», 2005. – 120с.
4. Семенов, Л. А. Мониторинг кондиционной физической подготовленности в образовательных учреждениях: / Л. А.Семенов. – М.: Советский спорт, 2007. – 168 с.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

п/п	Наименование интернет ресурса	Интернет ссылка на ресурс
1.	Министерство спорта РФ	minsport.gov.ru
2.	FISU (Federation Internationale du Sport Universitaire) Международная федерация университетского спорта	http://fisu.net
3.	Департамент физической культуры и спорта г. Москвы	sport.mos.ru
4.	Российский Студенческий Спортивный Союз	http://www.studsport.ru/
5.	Ассоциация студенческих спортивных клубов России (АССК России).	studsportclubs.ru
6.	Богданов В.М., Пономарев В.С., Соловов А.В. Основы физической культуры в вузе: Электронный учебник. Самарский областной центр новых информационных технологий (ЦНИТ СГАУ).	http://cnit.ssau.ru/kadis/ ocnov_set
7.	Евсеев Ю.И. Физическая культура. Серия	http://elar.urfu.ru/

	«Учебники, учебные пособия» / Ю.И. Евсеев. Ростов-на Дону, 2003.	bitstream/10995/1308/1/evseev_physical_culture.pdf
8.	Официальный сайт ВФСК «Готов к труду и обороне»	gto.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Физическая культура и спорт», включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа с обучающимися с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Физическая культура и спорт» для обучающихся гуманитарного института 1 курса, направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR» очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Теоретико-методических основ физической культуры и спорта
Сроки изучения дисциплины: 1 семестр
Форма промежуточной аттестации: *зачёт*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Эссе на тему «Мой здоровый образ жизни»*	*10*	*10*
2	*Эссе на тему «Спорт в моей жизни»*	*11*	*10*
3	*Эссе на тему «Индивидуальный выбор средств и методов для решения частных задач физического воспитания»*	*12*	*10*
4	*Эссе на тему «Физическая культура в моей профессиональной деятельности»*	*13*	*10*
5	*Эссе на тему «Примерная программа одного недельного цикла использования физических упражнений»*	*14*	*10*
6	*Наличие конспектов лекций*	*15*	*12*
7	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*28*
8	***Зачёт***		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Написание реферата по темам лекций, пропущенных студентом*	*5 за 1 тему*
2	*Написание конспектов лекций, пропущенных студентом*	*12*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных

средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ИНСТИТУТ СПОРТА И ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

Кафедра теоретико-методических основ физической культуры и спорта

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.05 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 72 часа

2. **Семестры освоения дисциплины**: 1 семестр – очная и заочная форма обучения

3. **Целями освоения дисциплины**«Физическая культура и спорт» являются:

– обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;

– формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;

– овладение системой специальных знаний, практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, коррекцию имеющихся отклонений в состоянии здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, формирование профессионально значимых качеств и свойств личности;

– ознакомление с основами адаптации организма к воздействию умственных и физических нагрузок, а также расширение функциональных возможностей физиологических систем, повышение сопротивляемости защитных сил организма;

– овладение методикой формирования и выполнения комплекса упражнений оздоровительной направленности для самостоятельных занятий, способами самоконтроля при выполнении физических нагрузок различного характера, правилами личной гигиены, рационального режима труда и отдыха;

– овладение средствами и методами противодействия неблагоприятным факторам и условиям труда, снижения утомления в процессе профессиональной деятельности и повышения качества результатов;

– подготовка к выполнению нормативных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (теоретическая часть).

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

УК-7 – способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

5. Краткое содержание дисциплины:

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)		Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Самостоятельная работа	
1	Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов	**1**	**2**	**2**	
2	История становления и развития Универсиад. История комплексов ГТО и БГТО. Новый Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс	**1**	**2**	**2**	
3	Социально-биологические основы физической культуры	**1**	**2**	**2**	
4	Основы здорового образа жизни студента. Роль физической культуры в обеспечении здоровья	**1**	**2**	**2**	
5	Лечебная физическая культура как средство профилактики и реабилитации при различных заболеваниях	**1**	**2**	**2**	
6	Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности	**1**	**2**	**2**	
7	Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания	**1**	**2**	**2**	
8	Структура физической культуры личности. Значение мотивации в сфере физической культуры. Проблемы формирования мотивации студентов к занятиям физической культурой	**1**	**2**	**2**	
9	Спорт. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений	**1**	**2**	**2**	
10	Спортивные и подвижные игры	**1**		**4**	
11	Туризм. Классификация видов туристических походов. Особенности туризма и методика организации	**1**		**4**	
12	Нетрадиционные (необычные) виды	**1**		**4**	

	спорта				
13	Традиционные и современные оздоровительные системы физических упражнений	**1**	**2**	**2**	
14	Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями	**1**	**2**	**2**	
15	Самоконтроль студентов, занимающихся физическими упражнениями и спортом	**1**	**2**	**2**	
16	Восстановительные процессы в физической культуре и спорте. Основы рационального питания	**1**	**2**	**2**	
17	Массовые физкультурно-спортивные мероприятия. Правила поведения студентов-болельщиков на соревнованиях. Воспитание толерантности	**1**		**4**	
18	Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура в профессиональной деятельности	**1**	**2**	**2**	
Итого часов: 72			**28**	**44**	**зачет**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**		**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Самостоятельная работа**	
1	Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов	**1**	**2**	**2**	
2	История становления и развития Универсиад. История комплексов ГТО и БГТО. Новый Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс	**1**		**4**	
3	Социально-биологические основы физической культуры	**1**		**4**	
4	Основы здорового образа жизни студента. Роль физической культуры в обеспечении здоровья	**1**		**4**	
5	Лечебная физическая культура как средство профилактики и реабилитации при различных	**1**		**4**	

	заболеваниях				
6	Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности	**1**		**4**	
7	Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания	**1**		**4**	
8	Структура физической культуры личности. Значение мотивации в сфере физической культуры. Проблемы формирования мотивации студентов к занятиям физической культурой	**1**	**2**	**2**	
9	Спорт. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений	**1**		**4**	
10	Спортивные и подвижные игры	**1**		**4**	
11	Туризм. Классификация видов туристических походов. Особенности туризма и методика организации	**1**		**4**	
12	Нетрадиционные (необычные) виды спорта	**1**		**4**	
13	Традиционные и современные оздоровительные системы физических упражнений	**1**		**4**	
14	Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями	**1**		**4**	
15	Самоконтроль студентов, занимающихся физическими упражнениями и спортом	**1**		**4**	
16	Восстановительные процессы в физической культуре и спорте. Основы рационального питания	**1**		**4**	
17	Массовые физкультурно-спортивные мероприятия. Правила поведения студентов-болельщиков на соревнованиях. Воспитание толерантности	**1**		**4**	
18	Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Физическая культура в профессиональной деятельности	**1**		**4**	
Итого часов: 72			**4**	**68**	**зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ИнститутГуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б.0.06 «Иностранный язык (профессиональный) Английский»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:**42.03.01. Реклама и связи собщественностью**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Оценочные средства утверждены и рекомендованы
Экспертно-методическим советом
Института_Гуманитарного
Протокол № 1 от «26 сентября» 2018 г.

Рабочая программадисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
иностранных языков и лингвистики
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программадисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
иностранных языков и лингвистики
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программадисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
иностранных языков и лингвистики
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программадисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
иностранных языков и лингвистики
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
ХодыреваИрина Николаевна, ст. преподавателькафедры иностранных языков и лингвистики
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) **Иностранный язык профессиональный** является:

повышение уровня владения иностранным языком, достигнутого студентами на предыдущей ступени образования, для активного применения в профессиональной сфере общения, а также создание мотивации для дальнейшего самообразования

Место дисциплины (модуля) Б1.0.06 в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Иностранный язык профессиональный» входит в базовую (обязательную) часть Блока I ФГОС ВО и является обязательной к изучению.

Курс дисциплины «Иностранный язык профессиональный» проводится в третьем и четвертом семестрах второго года обучения и базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных студентами в процессе обучения иностранному языку на первом году обучения в университете.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма**	**Заочная форма**
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	**5**	**6**	**7**
Начальный этап (знания)	***УК.4.1*** Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики;	*3*		*4*

	орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.			
Продвинутый этап (умения)	***УК.4.2*** Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке	*3*		*4*
Завершающий этап	Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*3*		*4*
(навыки)				
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности			
Начальный уровень	ОПК-4.1.Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	*3*		*4*
Продвинутый уровень	ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	*3*		*4*
Завершающий уровень	ОПК-4.3.Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*3*		*4*

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единиц**, **108 академических часов**.

очная форма обучения

3 семестр

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Символы, слоганы, акронимы Функции инфинитива в предложении	**3**		**4**	**10**		
2	Дедлайн Формы глаголов в пассивном залоге.	**3**		**4**	**10**		
3	Лексико-грамматический тест №1	**3**		**4**	**7**		
4.	Зависимость СО от СМИ Косвенная речь	**3**		**4**	**10**		
5.	Домашнее чтение аутентичных текстов (5000 печатных знаков)	**3**		**4**	**10**		
6.	Что такое новости. Сложноподчиненные предложения.	**3**		**4**	**10**		
7.	Эффективные связи со СМИ Неличные формы глагола.	**3**		**4**	**10**		
8.	Лексико-грамматический тест №2	**3**		**6**	**7**		
Итого часов за 3 сем : 108 часов				**34**	**74**		**Зачет**

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы**, **108 академических часов**.

№	Раздел дисциплины (модуля) 4 семестр	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Символы, слоганы, акронимы функции инфинитива в предложении	**4**		**6**	**20**		
2.	Лексико-грамматический тест №1	**4**		**6**	**20**		
3.	Дедлайн Пассивный залог.	**4**		**6**	**20**		
4.	Зависимость СО от СМИ Косвенная речь	**4**		**8**	**20**		
5.	Эффективные связи со СМИ сложноподчиненные предложения	**4**		**8**	**24**		
	Всего за 4 сем.: 108 часов			**4**	**104**		**зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной

справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

1.После изучения темы семестра проводится собеседование по изученным темам:

2. Символы, слоганы, акронимы

3. Дедлайн

4.Зависимость СО от СМИ

5 Эффективные связи со СМИ

2.Просмотровое чтение текста объемом 1200 печатных знаков. Письменное или устное изложение содержания текста.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

А. Основная литература.

1. Губина, Г. Г. Английский язык в профессиональной деятельности для специальности «Реклама»=English in Professional Activities for the Specialty ‘Advertising’ : учебное пособие : [12+] / Г. Г. Губина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 63 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=571257

2. Е.В. Захарова, Л.В. Ульянищева «Welcome to the World of PR»

3. Тексты для внеаудиторного чтения по специализации

4. Э.Ф. Телень - «Английский для журналистов» пособие для вузов Москва 2002

Б. Дополнительная:

1. Англо-русский словарь: 40000сл. Сост. В. Мюллер, С. Боянус. – М.: Локид-Пресс, Минск, Соврем. слово, 2005 – 687с.

2. Аракин В.Д. Англо-русский словарь: Ок.40000 сл. и 60000 словосочетаний. – 17е изд., стер. – М.: Руск.яз., 2002-590 с.

3. Аудио тексты по изучаемым темам.

4. Г. Выборова. «EasyEnglish”. Книга для чтения, М., 2004. Голицынский. Грамматика. Сборник упражнений. С.Пб., «КАРО», 2006.

5. Г.Выборова, К.Махмурян, О.Мельчина «Easyreading». Книга для чтения на английском языке для студентов неязыковых вузов. Москва АСТ-ПРЕСС,2001г.

6. Голицынский Ю. Грамматика : сб. упражнений / Ю. Голицынский, Н. Голицынская. - Изд. 7-е, испр. и доп. - СПб.: Каро, 2010. - 575 с.: табл.

7. Е.Г. Борисенко, О.А. Кравченко. Английский язык для физкультурных специальностей. Учебное пособие. Ростов-на-Дону, Феникс, 2015, 410с.

8. И.Г. Федотова, Н.А. Ишевская «Ускоренный курс английского языка», Москва, Медицина XX1, 2006.

9. Минаева Л.В. Англо-русский словарь: ок.25000 сл и 70000 словосочетаний – 7е изд., испр. – М.:Русс. Яз.Медиа, 2004- 633с.

10. Р.С.Довганенко. Английский язык. Пособие по аудированию. М.,2006.

В). Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

www.wikipedia.en., спец. сайты, BBC Education, BBC Sport.

Г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

LMS Moodus

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Минимально необходимый для реализации программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя: компьютерный класс, доступный для обучающегося выход в Интернет, специально оборудованные аудитории для мультимедийных презентаций, проектор, ноутбук.

При использовании электронных изданий каждый обучающийся должен быть обеспечен рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемого материала. Возможности компьютерного класса должны позволять каждому из обучающихся отработать на компьютере не менее 20 часов в год.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) _Иностранный язык профессиональный для обучающихся института_Гуманитарного__2_курса, ___группы направления подготовки/ специальности_ **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** ***направленности (профилю)___*** Спортивная реклама и PR

очной, заочной форм обучения

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: __Иностранных языков и лингвистики

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3 семестр очная форма обучения с зачетом,

4 семестр заочной формы с зачетом.

II. ФОРМЫОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ЗА 3-4 СЕМЕСТРЫ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости **3 семестр**	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]	Максимально екол-во баллов
1	Выступление по теме «Символы, слоганы, акронимы»	*1-2 неделя*	*10*
2	Выступление по теме «Дедлайн»	*3-4 неделя*	*10*
3	Лексико-грамматический тест № 1	*5 неделя*	*10*
4	Выступление по теме « Зависимость СО от СМИ»	*11 неделя*	*10*
5	Домашнее чтение аутентичных текстов.	*16 неделя*	*10*
6	Выступление по теме «Эффективные связи со СМИ»	*18 неделя*	*10*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

7.	Выступление по теме «Что такое новости.»	*20 неделя*	*10*
8.	Лексико-грамматический тест №2	*23 неделя*	*10*
9.	**Зачет**		**20**
	ИТОГО за 3 семестр		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	**Виды текущего контроля успеваемости**	**Максимальное кол-во баллов**
	Лексико- грамматические тесты №1-2	*20*
	Выступление по теме «Писатель в области PR»	*10*
3.	Домашнее чтение аутентичных текстов.	*15*
	Защита реферата по одной из тем	*20*
	Выступление по теме «Создание общественного мнения»	*10*
	Презентация по одной из тем	*20*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Максимальное количество баллов начисляется при условии выполнения задания на «отлично»; при выполнении задания на «хорошо» начисляется 80% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «удовлетворительно» начисляется 60% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «неудовлетворительно» баллы не начисляются.

– По согласованию с преподавателем, студент может выполнять дополнительные задания, не указанные в таблице, за которые также начисляются дополнительные баллы, но не более 5 баллов за каждое задание.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-	2		3	4	5	

цифровое выражение оценки	Неудовлетворительно		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.06 «Иностранный язык (профессиональный)»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва 2018 г

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля): *составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.*

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):** *3 семестр –очное* форма, 4 *семестр- заочное*

3. Цель освоения дисциплины (модуля): повышение уровня владения иностранным языком, достигнутого студентами на предыдущей ступени образования, для активного применения в профессиональной сфере общения, а также создание мотивации для дальнейшего самообразования

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма**	**Заочная форма**
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	**5**	**6**	**7**
Начальный этап (знания)	***УК.4.1*** Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*3*		*4*
Продвинутый этап (умения)	***УК.4.2*** Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке	*3*		*4*
Завершающий этап	Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*3*		*4*
(навыки)				

ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности			
Начальный уровень	ОПК-4.1.Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	*3*		*4*
Продвинутый уровень	ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	*3*		*4*
Завершающий уровень	ОПК-4.3.Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*3*		*4*

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единиц**, **108 академических часов**.

очная форма обучения 3 семестр

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционно	Занятия семинарско	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Символы,слоганы, акронимы** Функции инфинитива в предложении	**3**		**4**	**10**		
2	**Дедлайн** Формы глаголов в пассивном залоге.	**3**		**4**	**10**		
3	**Лексико-грамматический тест №1**	**3**		**4**	**7**		

4.	**Зависимость СО от СМИ** Косвенная речь	**3**		**4**	**10**		
5.	**Домашнее чтение аутентичных текстов (5000 печ.зн.)**	**3**		**4**	**10**		
6.	**Что такое новости.** Сложноподчиненные предложения.	**3**		**4**	**10**		
7.	**Эффективные связи со СМИ** Неличные формы глагола.	**3**		**4**	**10**		
8.	**Лексико-грамматический тест №2**	**3**		**6**	**7**		
Итого часов за 3 сем : 108 часов				**34**	**74**		**Зачет**

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единицы**, **108 академических часов**.

№	**Раздел дисциплины (модуля)** **4 семестр**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1.	**Символы, слоганы, акронимы** функции инфинитива в предложении	**4**		**6**	**20**		
2.	**Лексико-**	**4**		**6**	**20**		

	грамматический тест №1						
3.	**Дедлайн** Пассивный залог.	**4**		**6**	**20**		
4.	**Зависимость СО от СМИ** Косвенная речь	**4**		**8**	**20**		
5.	**Эффективные связи со СМИ** сложноподчиненные предложения.	**4**		**8**	**24**		
	Всего за 4 сем.: 108 часов			**4**	**104**		**зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.06 Иностранный язык Немецкий (профессиональный)»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: ***бакалавриат***

Форма обучения: ***очная и заочная***

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Оценочные средства утверждены и рекомендованы
Экспертно-методическим советом
Института_Гуманитарного
Протокол № 1 от «26 сентября» 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_кафедры ин языков и лингвистики__
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
Переверзева Н.А., к.ф.н., доцент кафедры иностранных языков и лингвистики

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык немецкий (профессиональный)» является повышение уровня практического владения иностранным языком для активного его применения в профессиональном общении. Выпускник вуза должен обладать уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Иностранный язык немецкий (профессиональный)» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу, относится к базовой части цикла и является обязательной к изучению.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**2**	**3**	**4**
УК-4	**Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)**		
	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*3*	*4*
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	*3*	*4*
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*3*	*4*
	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*3*	*4*
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами	*3*	*4*

	устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности		
ОПК-4	**Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности**	*3*	
	ОПК-4.1.Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	*3*	*4*
	ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	*3*	*4*
	ОПК-4.3.Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*3*	*4*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Жизнь молодежи	3		4	12		
2	Одежда. Бытовые услуги	3		4	12		
3	Наши Знакомые. (Черты характера, описание внешности)	3		4	10		

4	У карты Германии	3		4	10		
5	Международные организации	3		4	10		
6	Организация свободного времени	3		4	10		
7	корпоративные коммуникации и PR	3		4	5		
8	Цифровые медиа	3		6	5		
	Итого часов 3 семестр			**34**	**74**		**зачет**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Жизнь молодежи	4		0,5	13		
2	Одежда. Бытовые услуги	4		0,5	13		
3	Наши Знакомые. (Черты характера, описание внешности)	4		0,5	13		
4	У карты Германии	4		0,5	13		
5	Международные организации	4		0,5	13		
6	Организация свободного времени	4		0,5	13		
7	корпоративные коммуникации и PR	4		0,5	13		
8	Цифровые медиа	4		0,5	13		
	Итого часов 3 семестр 108ч			**4**	**104**		**зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

После изучения темы семестра проводится лексико-грамматический контроль изученного материала по темам:

Жизнь молодежи
Одежда. Бытовые услуги
Наши Знакомые. (Черты характера, описание внешности)
У карты Германии
Международные организации
Организация свободного времени
корпоративные коммуникации и PR
Цифровые медиа

Содержание зачета.

1. Чтение, ответы на вопросы, пересказ текста объемом 1200 печ.знаков. Время - 30 минут.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

1) Основная литература:

1. В.А. Гандельман, А.Г. Катаева «Немецкий язык» для гуманитарных вузов. –М.:Высш.,2015.-303с.
2. В.И. Дубинский. Учебник немецкого языка для вузов туристического профиля, М. Дашков и К, 2010.
3. В.М. Завьялова, Л.В. Ильина. Практический курс немецкого языка. Начальный этап. Москва, «КДУ», 2010.
4. Васильева М.М. Практическая грамматика немецкого языка: Учебное пособие / М.М.Васильева, М.А. Васильева. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: НИЦ Инфра-М, 2013.
5. Головина Л.В., Шлыкова В.В. Немецкий язык от простого к сложному: Учебное пособие для уровня А1-А2. – М.: ТЕЗАУРУС, 2012. - 352с.
6. Иностранный язык (немецкий) : учеб. пособие / Ю.А. Оленцова; Краснояр. гос. аграр. ун-т; Т.Г. Храмцова .— Электрон. изд. — Красноярск : КрасГАУ, 2019 .— 106 с https://lib.rucont.ru/efd/815021
7. М.М.Васильева, М.А.Васильева. Немецкий язык: туризм и сервис. Учебник. Москва, Альфа, 2009.

8. Паремская Д. А. Практическая грамматика немецкого языка : учеб. пособие. Минск:, 2014. – 351 с.
9. Переверзева, Н.А. Немецкий язык: Зимние виды спорта : учеб. пособие по развитию навыков устной и письменной речи на нем. яз. для бакалавров ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ" : рек. Эмс ИТРРиФ ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ" / Переверзева Н.А., Потапова Е.П. ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2016

Дополнительная литература:

1. Übungsgrammatik für die Grundstufe- Verlag Liebaug-Dartmann, Meckenheim 2007.

2. Deutschland. Kurz und Bündig. Сост. Н.М. Епихина, Е.С. Кузьмина. - Москва, Издательство «Менеджер», 2002;

3.О Германии кратко. – Москва, «Иностранный язык», «Оникс», 2000;

4. Подгорная Л.И. История Германии в биографиях. Политика.– Санкт-Петербург, «КАРО», 2001;

5. Anne Buscha, Gisela Linthout. Geschäftskommunikation. Verhandlungsgespräche. – Hüber Verlag, 2008;

6. Axel Hering, Magdalena Matysek. Geschäftskommunikation. Besser telefonieren. – Hüber Verlag, 2008;

7. Becker, Braunert, Eisfeld. Dialog Beruf 1-2: Deutsch als Fremdsprache für die Grundstufe/Kursbuch, Arbeisbuch, Hörtexte, Sprechübungen, Lehrerhandbuch. - Ismaning: Max Hüber Verlag, 2006;

8. Фомкин М.С. Geschäftsreisen durch Deutschland: Деловые поездки по Германии: Учебное пособие по немецкому языку для специальности 230500 “Социально-культурный сервис и туризм” (модульная форма обучения). - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. – 50 с.;

Словари:

1. Германия. Австрия. Швейцария. Школьный немецко-русский страноведческий словарь. – Москва. Дрофа, 2001. – 285 с.

2. Словарь немецкого языка: Серия Der kleine Duden: изд-ие 5-ое, испр. и доп./ Под ред. проф. Ямшановой В.А. - СПб.: Изд-во «Дуден», «Тригон», 2005.- 1200 с.;

3. Duden: Das grosse Wörterbuch der deutschen Sprache: In zehn Bänden. – Mannheim. – 1999.

в). **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

1. Обучающие программы по алгоритмической грамматике немецкого языка.

   Составители Ямшанова В.А., Ломоносова А.Л., Васильева Н.А., 2007.
2. **http://www.finec.ru**

   ссылки на лексико-грамматические упражнения:
3. **http://www.ralf-kinas.de/index.html**
4. **http://www.ralf-kinas.de/online.htm**
5. **http://www.saunalahti.fi/~michi1/uebungen/gra.htm**

   немецкая грамматика для владеющих английским языком:
6. **http://webgerman.com/**

   http://class.georgiasouthern.edu/german/grammar/grammar.htm

ссылки на немецкоязычные СМИ:

7. **www.tagesschau.de**
8. **www.welt.de**
9. **www.bild.de**
10. **www.berlinonline.de**
11. **www.wortschatz.uni-leipzig.de**

ссылки на словари:

12. **www.bpb.de**
13. **http://www.textlog.de**
14. **www.multitran.ru**
15. **http://dict.leo.org/**
16. **http://www.dict.cc/**

17. **Deutsche Rechtschreibung, Wortformen, Wortbildung, Grammatik, Wörterbüch**er **www.canoo.net**
18. **ссылка на фонетический тренажер:**
19. **http://www.oddcast.com/home/demos/tts/tts_example.php**

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **Б1.О.06** **Иностранный язык Немецкий (профессиональный)** *для студентов 2курса Гуманитарного института* ***направления подготовки*** **42.03.01. Реклама и связи с общественностью** ***направленности (профилю*** **Спортивная реклама и PR*)***
очной и заочной ***форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: иностранных языков и лингвистики.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3 семестр очная фйорма обучения,4 семестр заочная форма обучения

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Жизнь молодежи	*3*	*5*
2	Одежда. Бытовые услуги	*6*	*5*
3	Наши Знакомые. (Черты характера, описание внешности)	*9*	*5*
4	У карты Германии	*12*	*5*
5	Международные организации	*16*	*5*
6	Организация свободного времени	*26*	*5*
7	корпоративные коммуникации и PR	*29*	*5*
8	Цифровые медиа	*32*	*5*
9	*Лексико-грамматический тест №3,4*	*15,40*	*10*
10	*Домашнее чтение*	*14,41*	*10*
11	*Посещение занятий и работа на занятиях*	*В течение семестра*	*5*
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	**Виды текущего контроля успеваемости**	**Максимальное кол-во баллов**
	Контрольная работа №2по разделу(модулю) «Unser Studium»	*10*
	Выступление по теме Международные организации	*5*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	Выступление по теме Организация свободного времени	*5*
a.	Выступление по теме Корпоративные коммуникации и PR	*5*
b.	Домашнее чтение	*25*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт _гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.06 Иностранный язык Немецкий (профессиональный)»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: ***бакалавриат***

Форма обучения: ***очная и заочная***

Год набора 2019, 2020, 2021

Москва – 2018 г.

1.**Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** 3 зачетных единицы, 108 часов

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 3 семестр (ы) –очная форма, 4 семестр - заочная

3. Целью освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык немецкий (профессиональный)» является повышение уровня практического владения иностранным языком для активного его применения в профессиональном общении. Выпускник вуза должен обладать уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-4	**Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)**		
	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*3*	*4*
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	*3*	*4*
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*3*	*4*
	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*3*	*4*
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*3*	*4*
ОПК-4	**Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности**	*3*	*4*

	ОПК-4.1.Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	*3*	*4*
	ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	*3*	*4*
	ОПК-4.3.Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*3*	*4*

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

_Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Жизнь молодежи	3		4	12		
2	Одежда. Бытовые услуги	3		4	12		
3	Наши Знакомые. (Черты характера, описание внешности)	3		4	10		
4	У карты Германии	3		4	10		
5	Международные организации	3		4	10		
6	Организация свободного времени	3		4	10		
7	корпоративные коммуникации и PR	3		4	5		
8	Цифровые медиа	3		6	5		
	Итого часов 3 семестр			**34**	**74**		**зачет**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Жизнь молодежи	4		0,5	13		
2	Одежда. Бытовые услуги	4		0,5	13		
3	Наши Знакомые. (Черты характера, описание внешности)	4		0,5	13		
4	У карты Германии	4		0,5	13		
5	Международные организации	4		0,5	13		
6	Организация свободного времени	4		0,5	13		
7	корпоративные коммуникации и PR	4		0,5	13		
8	Цифровые медиа	4		0,5	13		
	Итого часов 3 семестр 108ч			**4**	**104**		**зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.06 Иностранный язык Французский профессиональный »
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Оценочные средства утверждены и рекомендованы
Экспертно-методическим советом
Института_Гуманитарного
Протокол № 1 от «26 сентября» 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_кафедры ин языков и лингвистики__
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
Белякова Е.А., старший преподаватель кафедры иностранных языков и лингвистики

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык французский» является: является повышение исходного уровня владения иностранным языком и обучение практическому владению разговорно-бытовой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении, а также в дальнейшем самообразовании.

Основной задачей данного курса является формирование у студентов практических навыков различных видов речевой деятельности: аудирования, говорения, чтения и письма.
Тематика обучения - повседневно-обиходная, страноведческая, общепознавательного и культурологического характера, популярная.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Иностранный язык французский» относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу, относится к базовой части цикла и является обязательной к изучению. Дисциплина «Иностранный язык» базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных студентами в процессе обучения иностранному языку в средней школе и изучается в 1 и 2 семестрах.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**2**	**3**	**4**
УК-4 *Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на*	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*3*	*4*
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	*3*	*4*
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*3*	*4*

ОПК-4 *Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности*	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*3*	*4*
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*3*	*4*
	ОПК-4.1.Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	*3*	*4*
	ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	*3*	*4*
	ОПК-4.3.Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*3*	*4*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет _3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	La publicité dans le monde	3		4	12		
2	Présentation géréral du secteur marketing	3		4	12		

3	Marketing	3		4	10		
4	La publicité en France	3		4	10		
5	Problèmes publicitaires	3		4	10		
6	Expérience professionnelle	3		4	10		
7	Petits boulots	3		4	5		
8	Déplacements professionnels	3		6	5		
	Итого часов 3 семестр			**34**	**74**		**зачет**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	La publicité dans le monde	4		0,5	13		
2	Présentation géréral du secteur marketing	4		0,5	13		
3	Marketing	4		0,5	13		
4	La publicité en France	4		0,5	13		
5	Problèmes publicitaires	4		0,5	13		
6	Expérience professionnelle	4		0,5	13		
7	Petits boulots	4		0,5	13		
8	Déplacements professionnels	4		0,5	13		
	Итого часов 4 семестр			**4**	**104**		**зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

После изучения темы семестра проводится лексико-грамматический контроль изученного материала по темам:

La publicité dans le monde
Présentation géréral du secteur marketing
Marketing
La publicité en France
Problèmes publicitaires
Expérience professionnelle
Petits boulots
Déplacements professionnels

Содержание зачета.

1. Чтение, ответы на вопросы, пересказ текста объемом 1200 печ.знаков. Время - 30 минут.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

1) Основная литература:

1. И.Н. Попова, Ж.А. Казакова, Г.М. Ковальчук «Французский язык». –М., «Нестор Академик Паблишерз» 2005.- 575с.

2. И.Н. Попова, Ж.А. Казакова «Грамматика французского языка». –М., «Нестор Академик Паблишерз» 2005.- 475с.

3. Н.И. Беляева Учебное пособие по французскому язяку для студентов вузов физической культуры, обучающихся по направлениям подготовки бакалавров. Малаховка, 2012. -147 с.

4. J.-L. Penfornis “Marketing”, CLE, Paris 2017.

5. Белякова, Е.А. Французский язык: тексты для чтения : учеб. пособие по развитию навыков устной и письменной речи на франц.. яз. для бакалавров ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ" : рек. Эмс ИТРРиФ ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ" / Белякова Е.А.; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2016

б) Дополнительная литература:

1. Н.Ю. Екина Практический курс французского языка. Учебное пособие, МГЛУ , 2019.- 205 с.
2. Орехова, Е.Я. Французский язык для послевузовского профессионального образования / И.С. Данилова, Ю.С. Данилова; Е.Я. https://lib.rucont.ru/lti/tool?goto=197208
3. Орехова .— учебно-методическое пособие .— Тула : Издательство ТГПУ им.Л.Н.Толстого, 2011 .— 185 с. : ил. https://lib.rucont.ru/lti/tool?goto=782733
4. Крайсман, Н.В. Французский язык для делового и профессионального общения : учеб. пособие / Казан. нац. исслед. технол. ун-т; Н.В. Крайсман .— Казань : КНИТУ, 2019 .— 124 с.

   Словари:
5. В.Г. Гак, К.А. Ганшина. Новый французско-русский словарь. М., Русский язык. Медиа, 2004. – 1195 с.
6. Большой русско-французский словарь. Авторы: Щерба Л.В., Матусевич М.И. и др. – М., Русский язык. Медиа, 2004. – 561 с.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. www.rf.wikipedia.org
2. www.marketing.fr
3. www.google.fr

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.

4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.О.04 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (французский) профессиональный» *для студентов 2 курса Гуманитарного института* **42.03.01. Реклама и связи с общественностью** направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**
форма обучения *очная и заочная*

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: иностранных языков и лингвистики.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3 семестр очный, 4 семестр заочный формы обучения

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**[1]	**Максимальное кол-во баллов**
1	La publicité dans le monde	*3*	*5*
2	Présentation géréral du secteur marketing	*6*	*5*
3	Marketing	*9*	*5*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

4	La publicité en France	*12*	*5*
5	Problèmes publicitaires	*16*	*5*
6	Expérience professionnelle	*26*	*5*
7	Petits boulots	*29*	*5*
8	Déplacements professionnels	*32*	*5*
9	*Tests №3,4*	*15,40*	*10*
10	*Lecture à domicile*	*14,41*	*10*
11	*Посещение занятий и работа на занятиях*	*В течение семестра*	*5*
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	La publicité dans le monde	*10*
	Marketing	*5*
	Expérience professionnelle	*5*
a.	Déplacements professionnels	*5*
b.	Lecture à domicile	*25*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100

Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт _гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.06 Иностранный язык Французский профессиональный »
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021

Москва – 2018 г.

1.**Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** 3 зачетных единицы, 108 часов

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 3семестр –очная форма, 4 семестр - заочная

3.Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык немецкий» является: является повышение исходного уровня владения иностранным языком и обучение практическому владению разговорно-бытовой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении, а также в дальнейшем самообразовании.

Основной задачей данного курса является формирование у студентов практических навыков различных видов речевой деятельности: аудирование, говорение, чтения и письма. Тематика обучения - повседневно-обиходная, страноведческая, общепознавательного и культурологического характера, популярная.

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**2**	**3**	**4**
УК-4 *Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)*	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	*3*	*4*
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	*3*	*4*
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	*3*	*4*
	УК-4.4. Владеет одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность.	*3*	*4*
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	*3*	*4*

ОПК-4 *Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности*			
	ОПК-4.1.Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	*3*	*4*
	ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	*3*	*4*
	ОПК-4.3.Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*3*	*4*

6. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет _3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	La publicité dans le monde	3		4	12		
2	Présentation géréral du secteur marketing	3		4	12		
3	Marketing	3		4	10		
4	La publicité en France	3		4	10		
5	Problèmes publicitaires	3		4	10		
6	Expérience professionnelle	3		4	10		
7	Petits boulots	3		4	5		
8	Déplacements professionnels	3		6	5		
	Итого часов 3 семестр			**34**	**74**		**зачет**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	La publicité dans le monde	4		0,5	13		
2	Présentation géréral du secteur marketing	4		0,5	13		
3	Marketing	4		0,5	13		
4	La publicité en France	4		0,5	13		
5	Problèmes publicitaires	4		0,5	13		
6	Expérience professionnelle	4		0,5	13		
7	Petits boulots	4		0,5	13		
8	Déplacements professionnels	4		0,5	13		
	Итого часов 4 семестр			**4**	**104**		**зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ИнститутГуманитарный

Кафедраиностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б.0.06 «Иностранный язык профессиональный»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:**42.03.01.Реклама и связи собщественностью**
(код и наименование)

Направленность (профиль):**Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программадисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института__Гуманитарного_
Протокол №1от «26 сентября » 2018г.

Рабочая программадисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____иностранных языков_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программадисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____иностранных языков_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программадисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программадисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
Ходырева Ирина Николаевна, ст. преподавателькафедры иностранных языков и лингвистики
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цельюосвоения дисциплины (модуля)**Иностранный язык профессиональный** является:
повышение уровня владения иностранным языком, достигнутого студентами на предыдущей ступени образования, для активного применения в профессиональной сфере общения, а также создание мотивации для дальнейшего самообразования

Место дисциплины (модуля) Б1.0.06 в структуре ООП (ОПОП)
Дисциплина «Иностранный язык профессиональный» входит в базовую (обязательную) часть Блока I ФГОС ВО и является обязательной к изучению.
Курс дисциплины «Иностранный язык профессиональный» проводится в третьем и четвертомсеместрах второго года обучения и базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных студентами в процессе обучения иностранному языку на первом году обучения в университете.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма	Заочная форма
УК-4	3	5	6	7
Начальный этап (знания)	***Знать*** *и уверенно пользоваться общеупотребительной лексикой и профессиональными терминами на иностранном языке во всех видах речевой деятельности: устной речи, восприятии на слух, чтении и письму.*	*3*		*3*
Продвинутый этап (умения)	***Уметь*** *логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке в рамках общекультурной и профессиональной тематики*	*3*		*3*

Завершающий этап	***Владеть*** *одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность в профессиональной области.*	*3*		*3*
(навыки)				
ОПК-4				
Начальный уровень	*Знать: методы анализа и синтеза информации*	*3*		*4*
Продвинутый уровень	*Уметь: анализировать альтернативные варианты решения профессиональных задач и уметь реализовать их на иностранном языке.*	*3*		*4*
Завершающий уровень	*Владеть: целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при коммуникации в профессиональной сфере, навыками отстаивания своей точки зрения.*	*3*		*4*

3.Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3зачетных единиц**, **108 академических часов**.

очная форма обучения

3семестр

	№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

				Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
	1	**Писатель в области PR.** Функции инфинитива в предложении	**3**		**4**	**10**		
	2	**Рекомендации по письму в области PR.** Формы глаголов в пассивном залоге.	**3**		**4**	**10**		
	3	**Лексико-грамматический тест №1**	**3**		**4**	**7**		
	4.	**Создание общественного мнения.** Косвенная речь	**3**		**4**	**10**		
	5.	**Домашнее чтение аутентичных текстов (5000 печ.зн.)**	**3**		**4**	**10**		
	6.	**Анализ аудитории.** Сложноподчиненные предложения.	**3**		**4**	**10**		
	7.	**Символы,слоганы, акронимы** Неличные формы глагола.	**3**		**4**	**10**		
	8.	**Лексико-грамматический тест №2**	**3**		**6**	**7**		
	Итого часов за 3 сем : 108 часов				**34**	**74**		**Зачет**

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет**3зачетных единицы**, **108академических часов**.

№	Раздел дисциплины (модуля) 4 семестр	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	**Писатель в области PR.** Функции инфинитива в предложении	**4**		**6**	**20**		
2.	**Лексико-грамматический тест №1**	**4**		**6**	**20**		
3.	**Рекомендации по письму в области PR.** Пассивный залог.	**4**		**6**	**20**		
4.	**Создание общественного мнения.** Косвенная речь	**4**		**8**	**20**		
5.	**Анализ аудитории**. Сложноподчиненные предложения.	**4**		**8**	**24**		
	Всего за 4 сем.: 108 часов			**4**	**104**		**зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихсяпо дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке

по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

1.После изучения темы семестра проводится собеседование по изученным темам:

1.Писатель в области PR.
2.Рекомендации по письму в области PR
3.Создание общественного мнения.
4.Анализ аудитории.
5.Как убеждать аудиторию.
6.Символы,слоганы, акронимы
8.. Эффективные связи со СМИ.

2.Просмотровое чтение текста объемом 1200 печ.знаков. Письменноеили устное изложение содержания текста.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

А.Основнаялитература.

Э.Ф. Телень - «Английский для журналистов» пособие для вузов Москва 2002

Е.В. Захарова, Л.В. Ульянищева «Welcome to the World of PR»

Тексты для внеаудиторного чтения по специализации

Б.Дополнительная:

1. Губина, Г. Г. Английский язык в профессиональной деятельности для специальности «Реклама»=English in Professional Activities for the Specialty ‘Advertising’ : учебное пособие : [12+] / Г. Г. Губина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 63 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=571257
2. Выборова Г. «EasyEnglish”. Книга для чтения, М., 2004.
3. Голицынский. Грамматика. Сборник упражнений. С.Пб., «КАРО», 2006.
4. Аудиотексты по изучаемым темам.
5. Борисенко Е.Г., О.А.Кравченко. Английский язык для физкультурных специальностей. Учебное пособие. Ростов-на-Дону, Феникс, 2015, 410с.

6. Федотова И.Г., Н.А. Ишевская «Ускоренный курс английского языка», Москва, Медицина XX1, 2006.
7. Англо-русский словарь: 40000сл. Сост. В.Мюллер, С.Боянус. – М.: Локид-Пресс, Минск, Соврем. слово, 2005 – 687с.
8. Аракин В.Д. Англо-русский словарь: Ок.40000 сл. и 60000 словосочетаний. – 17е изд., стер. – М.: Руск.яз., 2002-590 с.
9. Минаева Л.В. Англо-русский словарь: ок.25000 сл и 70000 словосочетаний – 7е изд., испр. – М.:Русс. Яз.Медиа, 2004- 633с.
10. Выборова Г., К.Махмурян, О.Мельчина «Easyreading». Книга для чтения на английском языке для студентов неязыковых вузов. Москва АСТ-ПРЕСС,2001г.
11. Голицынский Ю. Грамматика : сб. упражнений / Ю. Голицынский, Н. Голицынская. - Изд. 7-е, испр. и доп. - СПб.: Каро, 2010. - 575 с.: табл.
12. Довганенко Р.С.. Английский язык. Пособие по аудированию. М.,2006.
13. Аудиотексты по изучаемым темам.

В). Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:
www.wikipedia.en., спец. сайты, BBC Education, BBC Sport.

Г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Минимально необходимый для реализации программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя: компьютерный класс,

доступный для обучающегося выход в Интернет, специально оборудованные аудитории для мультимедийных презентаций, проектор, ноутбук.

При использовании электронных изданий каждый обучающийся должен быть обеспечен рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемого материала. Возможности компьютерного класса должны позволять каждому из обучающихся отработать на компьютере не менее 20 часов в год.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) _Иностранный язык профессиональный для обучающихся института_Гуманитарного__2_курса, ___группы направления подготовки/ специальности_**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** ***направленности (профилю)___*** Спортивная реклама и PR
очной, заочной форм обучения

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: __Иностранных языков и лингвистики

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3 семестр очная форма обучения с зачетом,

4 семестр заочной формы с зачетом.

II. ФОРМЫОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ЗА 3-4 СЕМЕСТРЫ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости **3 семестр**	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]	Максимально екол-во баллов
1	Выступление по теме «Писатель в области PR»	*1-2 неделя*	*10*
2	Выступление по теме «Рекомендации по письму в области PR»	*3-4 неделя*	*10*
3	Лексико-грамматический тест № 1	*5 неделя*	*10*
4	Выступление по теме «Создание общественного мнения»	*11 неделя*	*10*
5	Домашнее чтение аутентичных текстов.	*16 неделя*	*10*
6	Выступление по теме «Анализ аудитории»	*18 неделя*	*10*
7.	Выступление по теме «Символы,слоганы, акронимы»	*20 неделя*	*10*
8.	Лексико-грамматический тест №2	*23 неделя*	*10*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

9.	**Зачет**		**20**
	ИТОГО за 3 семестр		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	**Виды текущего контроля успеваемости**	**Максимальное кол-во баллов**
	Лексико- грамматические тесты №1-2	*20*
	Выступление по теме «Писатель в области PR»	*10*
3.	Домашнее чтение аутентичных текстов.	*15*
	Защита реферата по одной из тем	*20*
	Выступление по теме «Создание общественного мнения»	*10*
	Презентация по одной из тем	*20*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Максимальное количество баллов начисляется при условии выполнения задания на «отлично»; при выполнении задания на «хорошо» начисляется 80% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «удовлетворительно» начисляется 60% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «неудовлетворительно» баллы не начисляются.
- По согласованию с преподавателем, студент может выполнять дополнительные задания, не указанные в таблице, за которые также начисляются дополнительные баллы, но не более 5 баллов за каждое задание.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	

оценки						
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.06 «Иностранный язык (профессиональный)»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01.Реклама и связи с общественностью**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **Спортивная реклама и PR**

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва 2018г

1.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) :

очная форма обучения

составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

заочная форма обучения

составляет 3зачетных единицы, 108 академических часов..

2.Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): *3 семестр –очное отделение*

4*семестр- заочное*

3.Цель освоения дисциплины (модуля): повышение уровня владения иностранным языком, достигнутого студентами на предыдущей ступени образования, для активного применения в профессиональной сфере общения, а также создание мотивации для дальнейшего самообразования

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
УК-4	**3**	**5**	**6**	**7**
Начальный этап (знания)	**Знать** и уверенно пользоваться общеупотребительной лексикой и профессиональными терминами на иностранном языке во всех видах речевой деятельности: устной речи, восприятии на слух, чтении и письму.	*3*		*4*
Продвинутый этап (умения)	Уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке по тематике ,связанной с профессиональной деятельностью.	*3*		*4*
Завершающий	*Владеть одним из иностранных языков*	*3*		*4*

этап (навыки)	*на уровне, обеспечивающем эффективную межличностную и межкультурную деятельность в профессиональной сфере.*			
ОПК-4				
Начальный уровень	**Знать:** методы анализа и синтеза информации	3		4
Продвинутый уровень	**Уметь**: анализировать альтернативные варианты решения профессиональных задач и уметь реализовать их на иностранном языке.	3		4
Завершающий уровень	**Владет**ь: целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при коммуникации в профессиональной сфере, навыками отстаивания своей точки зрения.	3		4

5.Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетных единиц**, **108 академических часов**.

очная форма обучения

	№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
				Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
	1	**Писатель в области PR.** Функции инфинитива в предложении	3		4	10		
	2	**Рекомендации по**	3		4	10		

		письму в области PR. Формы глаголов в пассивном залоге.						
	3	**Лексико-грамматический тест №1**	**3**		**4**	**7**		
	4.	**Создание общественного мнения.** Косвенная речь			**4**	**10**		
	5.	**Домашнее чтение аутентичных текстов (5000 печ.зн.)**	**3**		**4**	**10**		
	6.	**Анализ аудитории.** Сложноподчиненные предложения.	**3**		**4**	**10**		
	7.	**Символы,слоганы, акронимы** Неличные формы глагола.	**3**		**4**	**10**		
	8.	**Лексико-грамматический тест №2**	**3**		**6**	**7**		
					34	**74**		**Зачет**
	Итого часов за 3 сем : 108							

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3зачетных единицы**, **108академических часов**.

№	Раздел дисциплины (модуля) 4 семестр	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	**Писатель в области PR.** Функции инфинитива в предложении	**4**		**2**	**20**		
2.	**Лексико-грамматический тест №1**	**4**		**2**	**20**		
3.	**Рекомендации по письму в области PR.** Пассивный залог.	**4**			**20**		
4.	**Создание общественного мнения.** Косвенная речь	**4**			**20**		
5.	**Анализ аудитории**. Сложноподчиненные предложения.	**4**			**24**		

	Итого за 4 сем: 108 ч.			**4**	**104**		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра психологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.07 Основы психологии»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель:
Шумова Наталия Сергеевна, к.псх.н., доцент кафедры психологии
РГУФКСМиТ

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины «Основы психологии»

Цель освоения дисциплины «Основы психологии» – овладение понятийным аппаратом, описывающим познавательную, эмоционально-волевую, мотивационную и регуляторную сферы психического, проблемы личности, мышления, общения и деятельности, образования и саморазвития; приобретение опыта анализа профессиональных проблемных ситуаций, организации общения и взаимодействия; ознакомление с методами развития профессионального творческого мышления.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы психологии» относится к обязательной части Блока 1 рабочего учебного плана (Б1.О.07) для набора 2019 года.

Изучение курса «Основы психологии» следует за изучением отдельных разделов дисциплины «Теория и практика связей с общественностью».

Прохождение данной дисциплины предшествует прохождению дисциплин «Психология рекламы и связей с общественностью», «Социология рекламы и связей с общественностью», является одним из элементов подготовки к прохождению преддипломной практики.

Итогом изучения данной дисциплины является оценка сформированности компетенций, указанных в пункте 3, при прохождении государственной итоговой аттестации.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**_____ форма обучения (ускоренное обучение)[1]**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
ОПК-4	**ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности:** ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных	*2*	*2*	

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности. ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов			
УК-3	**УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде:** УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	*2*	*2*	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 **зачетных единицы**, 72 **академических часа**.

Очная форма обучения

Наименование тем и разделов	Семестр	**Виды учебной работы, вкл. самостоят-ю работу, обуч-ся в соотв-и с учеб-м пл-м (в**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
		Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
Психические явления. Психические процессы, свойства и состояния в массовой коммуникации						
1. Когнитивные (познавательные) психические процессы в обеспечении отражения мира и преобразования информации.	2	2	2	2		
2. Регуляционные процессы в обеспечении психической регуляции деятельности человека. Побуждение, направление и контроль этой деятельности	2	2	2	4		
3. Психические свойства и состояния	2	2	2	4		
Понятия «мотив» и «потребность»						
4. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ	2		2	4		
5. Понятие социальной установки	2		2	4		
6. Интерес как фактор коммуникации	2		2	4		

7. Воздействие телевидения на психику человека	2		2	4		
Коммуникативные аспекты личности						
8. Личность как предмет психологического исследования и субъект действия	2		2	4		
9. Направленность личности (потребности, установки, мотивы)	2					
10. Способности	2	2	2	4		
11. Структура и свойства личности. Коммуникативные аспекты личности	2	2	2	4		
Механизмы взаимопонимания в процессе общения						
12. Понятие социальной перцепции. Межличностная аттракция. Теория когнитивного баланса. Теория когнитивного диссонанса	2		2	2		**Зачет**
Итого: 72 часа		10	22	40		

Заочная форма обучения

Наименование тем и разделов	Семестр	**Виды учебной работы, вкл. самостоят-ю работу, обуч-ся в соотв-и с учеб-м пл-м (в**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
		Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
Психические явления. Психические процессы, свойства и состояния в массовой коммуникации						
1. Когнитивные (познавательные) психические процессы в обеспечении отражения мира и преобразования информации.	2	2		6		
2. Регуляционные процессы в обеспечении психической регуляции деятельности человека. Побуждение, направление и контроль этой деятельности	2		2	6		
3. Психические свойства и состояния	2		2	6		
Понятия «мотив» и «потребность»						
4. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ	2			6		
5. Понятие социальной установки	2			6		
6. Интерес как фактор коммуникации	2			6		
7. Воздействие телевидения на психику человека	2			6		
Коммуникативные аспекты личности						
8. Личность как предмет психологического исследования и субъект действия	2			6		
9. Направленность личности (потребности, установки, мотивы)	2					
10. Способности	2			6		
11. Структура и свойства личности. Коммуникативные аспекты личности	2			6		
Механизмы взаимопонимания в процессе общения						
12. Понятие социальной перцепции. Межличностная	2			6		**Зачет**

аттракция. Теория когнитивного баланса. Теория когнитивного диссонанса						
Итого: 72 часа		2	4	66		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины.

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Примерный перечень вопросов к зачету по всей дисциплине для студентов во 2 семестре очной и заочной форм обучения

1. Понятие о предмете психологии. Место психологии в системе наук.
2. Методы психологии. Области применения психологических знаний.
3. Общее представление о психике человека как системе.
4. Понятие о психике. Психические явления.
5. Практическое значение психологии в рекламной деятельности.
6. Ощущение как процесс. Основные закономерности.
7. Определение ощущений и их роль в жизни человека и рекламной деятельности.
8. Особенности восприятия. Активность восприятия и роль обратной связи.
9. Сравнительная характеристика ощущений и восприятия. Их физиологические основы.
10. Особенности и значение внимания в деятельности человека. Управление вниманием.
11. Основные процессы памяти. Способы эффективного запоминания.
12. Виды памяти. Способы управления памятью.
13. Мышление как процесс. Характеристики мыслительного процесса.
14. Виды и качества мышления. Способы активизации мышления.
15. Воображение и его роль в рекламной деятельности.
16. Функции, виды и свойства речи. Вспомогательные средства языка.
17. Эмоции и чувства. Основные функции.
18. Эмоции и виды эмоций. Управление эмоциями.
19. Значение эмоций в жизни человека и в рекламной деятельности.
20. Понятие о личности в психологии.
21. Соотношение понятий: человек, индивид, личность, индивидуальность.
22. Воля и другие психические процессы.
23. Волевые действия и их структура.
24. Потребности, установки и мотивы личности.
25. Задатки и способности как биологический фундамент личности.
26. Свойства личности, их квалификация.

27. Изучение динамики неформальной группы и ее использование в рекламной деятельности.
28. Социальные нормы группы и их влияние на вовлеченность в массовую коммуникацию.
29. Личность руководителя. Понятие о личности и ее структуре в психологической науке.
30. Корреляты сплоченности - подчинение, удовлетворенность, стабильность команды.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

1) Основная литература:

1. Бордовская Н.В. Психология и педагогика : учеб. для студентов вузов : доп. Умо по направлениям пед. образования М-ва образования и науки РФ / Н.В. Бордовская, С.И. Розум. - СПб.: ПИТЕР, 2014. - 620 с.: ил. 230712

2) Дополнительная литература:

2. Андреева, Г.М. Социальная психология : учеб. для студентов вузов, обучающихся по напрвлению и специальности "Психология" : рек. М-вом образования РФ / Г.М. Андреева. - 5-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2009. - 265 с.: ил. 186703
3. Грацианова, Л. И. Основы психологии : учебное пособие : [16+] / Л. И. Грацианова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2020. – 224 с. : ил. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=602815
4. Столяренко, Л.Д. Психология делового общения и управления : учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования, обучающихся по специальностям 0602 Менеджмент, 0608 Коммерция, 0611 Делопроизводство и архивоведение, 0612 Товароведение : доп. М-вом образования РФ / Л.Д. Столяренко. - Изд. 6-е. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 415 с.: ил. 188438

3) **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:** http://elibrary.ru; http://azps.ru; http://koob.ru; http:// www.ht.ru; http://www.imaton.ru; http://ihtik.lib.ru; http://vsetesti.ru.

4) **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Освоение дисциплины «Основы психологии» предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

1. Мультимедийной аудитории, включающей специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к справочно-правовой системе, оснащенный:

Windows Professional, x64 Ed. Лицензия 43020593. Авторизация 63009319ZZE0911, SoftLine 2007-11-15

Microsoft Office. Лицензия 87473227, SoftLine 2018-12-30

Dr.Web Desktop Security Suite (Антивирус) Лицензия 330866598, SoftLine 2018-12-30

Acrobat Reader DC. Лицензия не требуется.

2. Учебной аудитории для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Основы психологии» для обучающихся Гуманитарного института 1 курса на очной и заочной форме обучения, направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профили «Спортивная реклама и PR»

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: психологии.

Сроки изучения дисциплины «Основы психологии» – 2 семестр очной и заочной форм обучения.

Форма промежуточной аттестации:
для очной и заочной формы обучения – зачет.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Виды текущего контроля	Сроки провед.*	Макс. кол-во баллов**
1	Рукописный реферат по теме одной из лекций 1. Психические явления. Психические процессы, свойства и состояния в массовой коммуникации 2. Понятия «мотив» и «потребность» 3. Коммуникативные аспекты личности 4. Механизмы взаимопонимания в процессе общения	*2.02-14.06*	20
4	Тестирование и освоение методики **По теме №1: «Психические явления. Психические процессы, свойства и состояния в массовой коммуникации»** 1. Методы исследования в психологии. Внимание. Способности. 2. Память. Специфика восприятия формы предметов. 3. Мышление 4. Самооценка личности. **По теме №2: «Понятия «мотив» и «потребность». Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ. Понятие социальной установки. Интерес как фактор коммуникации. Воздействие телевидения на психику человека»** 5. Тест Люшера **По теме №3: «Коммуникативные аспекты личности»** 6. Темперамент. Экстра-интроверсия **По теме №4: «Механизмы взаимопонимания в процессе общения. Межличностная аттракция. Теория когнитивного баланса. Теория когнитивного диссонанса»** 7. Социометрия 8. Каузометрия	*2.02-14.06*	30
	Темы рефератов 1. Предмет и задачи психологии. 2. Современная практическая психология: основные направления и задачи. 3. Организационные методы, их роль и место в психологическом исследовании. Эмпирические методы психологического исследования. 4. Виды эмпирических методов, их характеристика. 5. Обсервационные методы в психологии. 6. Экспериментальные методы в психологическом исследовании. 7. Психодиагностические методы исследования в психологии. 8. Понятие о психике. Структура психики человека.	*2.02-14.06*	20

	9. Психические процессы, их место в структуре психики. 10. Понятие о познавательных психических процессах. 11. Память как познавательный психический процесс. 12. Аналитико-синтетический характер мыслительной деятельности. 13. Внимание как познавательный психический процесс деятельности. 14. Виды мышления. 15. Речь как познавательный психический процесс. 16. Понятие о регулятивных психических процессах. 17. Эмоции как регулятивный психический процесс. 18. Стресс и аффект как психоэмоциональные состояния личности. 19. Фрустрация как особое психоэмоциональное состояние личности. 20. Чувства и потребности личности. 21. Проблема личности в психологии. 22. Психолого-педагогические закономерности формирования личности. 23. Активность личности и ее источники. 24. Социализации личности. 25. Личность как объект и субъект управления. 26. Личность руководителя. 27. Темперамент как индивидуально-психологическая особенность личности и его свойства. 28. Психолого-педагогические основы воспитания характера. 29. Понятие о группах и коллективах в психологии. 30. Малая группа как объект психолого-педагогического анализа. 31. Психология межличностных отношений. 32. Проблема психологии общения. 33. Общение как социально-психологическое явление. 34. Виды общения, их сущность и основные характеристики. 35. Психологические особенности делового и управленческого общения.		
8	*Посещение занятий*	*2.02-14.06*	*10*
	Зачёт по дисциплине		***20***
	ИТОГО		**100**

**в соответствии с календарным учебным графиком*
***примерные нормы оценки заданий в баллах на оценку «отлично»*

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	**Виды текущего контроля**	Сроки провед.	Макс. кол-во баллов
1	Рукописный реферат по теме одной из лекций 1. Психические явления. Психические процессы, свойства и состояния в массовой коммуникации 2. Понятия «мотив» и «потребность» 3. Коммуникативные аспекты личности 4. Механизмы взаимопонимания в процессе общения	*2.02-14.06*	20
4	Тестирование и освоение методики **По теме №1: «Психические явления. Психические процессы, свойства и состояния в массовой коммуникации»** 1. Методы исследования в психологии. Внимание. Способности. 2. Память. Специфика восприятия формы предметов. 3. Мышление 4. Самооценка личности. **По теме №2: «Понятия «мотив» и «потребность». Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ. Понятие социальной установки. Интерес как фактор коммуникации. Воздействие телевидения на психику человека»** 5. Тест Люшера **По теме №3: «Коммуникативные аспекты личности»**	*2.02-14.06*	30

	6. Темперамент. Экстра-интроверсия **По теме №4: «Механизмы взаимопонимания в процессе общения. Межличностная аттракция. Теория когнитивного баланса. Теория когнитивного диссонанса»** 7. Социометрия 8. Каузометрия		
	Темы рефератов 1. Предмет и задачи психологии. 2. Современная практическая психология: основные направления и задачи. 3. Организационные методы, их роль и место в психологическом исследовании. Эмпирические методы психологического исследования. 4. Виды эмпирических методов, их характеристика. 5. Обсервационные методы в психологии. 6. Экспериментальные методы в психологическом исследовании. 7. Психодиагностические методы исследования в психологии. 8. Понятие о психике. Структура психики человека. 9. Психические процессы, их место в структуре психики. 10. Понятие о познавательных психических процессах. 11. Память как познавательный психический процесс. 12. Аналитико-синтетический характер мыслительной деятельности. 13. Внимание как познавательный психический процесс деятельности. 14. Виды мышления. 15. Речь как познавательный психический процесс. 16. Понятие о регулятивных психических процессах. 17. Эмоции как регулятивный психический процесс. 18. Стресс и аффект как психоэмоциональные состояния личности. 19. Фрустрация как особое психоэмоциональное состояние личности. 20. Чувства и потребности личности. 21. Проблема личности в психологии. 22. Психолого-педагогические закономерности формирования личности. 23. Активность личности и ее источники. 24. Социализации личности. 25. Личность как объект и субъект управления. 26. Личность руководителя. 27. Темперамент как индивидуально-психологическая особенность личности и его свойства. 28. Психолого-педагогические основы воспитания характера. 29. Понятие о группах и коллективах в психологии. 30. Малая группа как объект психолого-педагогического анализа. 31. Психология межличностных отношений. 32. Проблема психологии общения. 33. Общение как социально-психологическое явление. 34. Виды общения, их сущность и основные характеристики. 35. Психологические особенности делового и управленческого общения.	*2.02-14.06*	20
	Зачёт по дисциплине		***20***
	ИТОГО		**90**

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий

из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам, завершающихся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра психологии

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.07 Основы психологии»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет *2* зачетные единицы.

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины:** *2.*

3. **Цель освоения дисциплины:** *овладение понятийным аппаратом, описывающим познавательную, эмоционально-волевую, мотивационную и регуляторную сферы психики, проблемы личности, мышления, общения и деятельности, образования и саморазвития; приобретение опыта анализа профессиональных проблемных ситуаций, организации общения и взаимодействия; ознакомление с методами развития профессионального творческого мышления*.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:**

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде:

УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия.

УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.

УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.

ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности:

ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

5. **Краткое содержание дисциплины:**

Очная форма обучения

Наименование тем и разделов	Семестр	**Виды учебной работы, вкл. самостоят-ю работу, обуч-ся в соотв-и с учеб-м пл-м (в**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
		Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
Психические явления. Психические процессы, свойства и состояния в массовой коммуникации						
13. Когнитивные (познавательные) психические процессы в обеспечении отражения мира и преобразования информации.	2	2	2	2		

14. Регуляционные процессы в обеспечении психической регуляции деятельности человека. Побуждение, направление и контроль этой деятельности	2	2	2	4		
15. Психические свойства и состояния	2	2	2	4		
Понятия «мотив» и «потребность»						
16. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ	2		2	4		
17. Понятие социальной установки	2		2	4		
18. Интерес как фактор коммуникации	2		2	4		
19. Воздействие телевидения на психику человека	2		2	4		
Коммуникативные аспекты личности						
20. Личность как предмет психологического исследования и субъект действия	2		2	4		
21. Направленность личности (потребности, установки, мотивы)	2					
22. Способности	2	2	2	4		
23. Структура и свойства личности. Коммуникативные аспекты личности	2	2	2	4		
Механизмы взаимопонимания в процессе общения						
24. Понятие социальной перцепции. Межличностная аттракция. Теория когнитивного баланса. Теория когнитивного диссонанса	2		2	2		**Зачет**
Итого: 72 часа		10	22	40		

Заочная форма обучения

Наименование тем и разделов	Семестр	**Виды учебной работы, вкл. самостоят-ю работу, обуч-ся в соотв-и с учеб-м пл-м (в**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
		Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
Психические явления. Психические процессы, свойства и состояния в массовой коммуникации						
13. Когнитивные (познавательные) психические процессы в обеспечении отражения мира и преобразования информации.	2	2		6		
14. Регуляционные процессы в обеспечении психической регуляции деятельности человека. Побуждение, направление и контроль этой деятельности	2		2	6		
15. Психические свойства и состояния	2		2	6		
Понятия «мотив» и «потребность»						
16. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ	2			6		
17. Понятие социальной установки	2			6		
18. Интерес как фактор коммуникации	2			6		

19. Воздействие телевидения на психику человека	2			6		
Коммуникативные аспекты личности						
20. Личность как предмет психологического исследования и субъект действия	2			6		
21. Направленность личности (потребности, установки, мотивы)	2					
22. Способности	2			6		
23. Структура и свойства личности. Коммуникативные аспекты личности	2			6		
Механизмы взаимопонимания в процессе общения						
24. Понятие социальной перцепции. Межличностная аттракция. Теория когнитивного баланса. Теория когнитивного диссонанса	2			6		**Зачет**
Итого: 72 часа		2	4	66		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра Экономики и права

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.08 ОСНОВЫ ПРАВА

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № 26 от «27» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составители:
Ратников К.С. – преподаватель кафедры Экономики и права РГУФКСМиТ;

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы права» является приобретение и овладение студентами направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью знаниями в области права, выработке позитивного отношения к нему, в рассмотрении права как социальной реальности выработанной человеческой цивилизацией и наполненной идеями гуманизма, добра и справедливости. Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Основы права» относится к дисциплинам обязательной части образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Данная дисциплина является предшествующей для дисциплины «Этика и право в СО», а так же является необходимой для подготовки и сдачи государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП).

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**	**Этап формирования компетенции (номер семестра, курса)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя их действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	*1*		*1*
УК-2.1	**Знать:**	*1*		*1*

	основы определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.			
УК-2.2	**Уметь:** применять основы определенного круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	*1*		*1*
УК-2.3	**Владеть:** Навыками применения основ определенного круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	*1*		*1*
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.			
ОПК-2.1	**Знать:** основные тенденции развития общественных и государственных институтов, а также специфику современных коммуникационных процессов	*1*		*1*
ОПК-2.2	**Уметь:** Выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах и (или) коммуникационных продуктах.	*1*		*1*
ОПК-2.3	**Владеть:** навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	*1*		*1*
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	*1*		*1*
ОПК-5.1	**Знать:** особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	*1*		*1*
ОПК-5.2	**Уметь**: моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы	*1*		*1*
ОПК-5.3	**Владеть**:	*1*		*1*

	навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, для принятия профессиональных решений.			

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 **зачетные единицы**, 72 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Государство и права. Их роль в жизни общества.	**1**	2	3	5		
2	Норма права и нормативно-правовые акты. Источники права. Система российского права. Отрасли права	**1**	2	3	5		
3	Конституционное право.	**1**	1	3	5		
4	Семейное право. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву.	**1**	1	3	5		
5	Трудовое право.	**1**	1	3	5		
6	Уголовное право. Понятие	**1**	1	2	5		

	преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.						
7	Гражданское право.	**1**	1	3	5		
8	Административные правонарушения и административная ответственность. Экологическое право	**1**	1	2	5		
		1					**Зачет**
Итого часов:			**10**	**22**	**40**		

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Государство и права. Их роль в жизни общества.	**1**	1	1	10		
2	Норма права и нормативно-правовые акты. Источники права. Система российского права. Отрасли права	**1**	1	1	10		
3	Конституционное право.	**1**		1	10		
4	Семейное право. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву.	**1**		1	10		
5	Трудовое право.	**1**			10		
6	Уголовное право. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.	**1**			3		

7	Гражданское право.	**1**			10		
8	Административные правонарушения и административная ответственность. Экологическое право	**1**			3		
		1					**Зачет**
Итого часов:			**2**	**4**	**66**		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Вопросы к зачету:

1. Понятие и сущность права.

2. Понятие и признаки норм права.

3. Понятие, структура и виды правосознания.

4. Классификация норм права.

5. Теории права.

6. Теории происхождения государства.

7. Правовые отношения: понятия и признаки.

8. Предмет и функции уголовного права.

9.Задачи и принципы уголовного права.

10. Признаки преступления и характеристика элементов состава преступления.

11. Элементы состава преступления.

12. Основания освобождения от уголовной ответственности и от уголовного наказания.

13. Понятия и формы соучастия в преступлении. Виды соучастников.

14. Характеристика обстоятельств, исключающих преступность деяния.

15. Понятие признаки и виды правонарушений.

16. Принципы конституционного строя Российской Федерации.

17. Цель и функции юридической ответственности.

18. Конституционное право как отрасль права.

19. Источники конституционного права.

20. Конституционные принципы правового статуса личности.

21. Полномочия Президента РФ в соответствии с конституцией РФ.

22. Конституционные права и свободы человека и гражданина.

23. Федеративное устройство России.

24. Законодательная власть РФ.

25. Исполнительная власть РФ.

26. Судебная власть РФ.

27. Гражданское право как отрасль права.

28. Субъекты гражданских правоотношений.

29. Организационно-правовые формы юридических лиц.

30. Виды юридических лиц.

31. Формы собственности в РФ.

32. Вещные права и его разновидности.

33. Понятие обязательственного права.

34. Понятие о договоре.

35. Понятие о гражданской правовой ответственности.

36. Трудовое право как отрасль права.

37. Порядок заключения трудового договора.

38. Порядок прекращения трудового договора.

39. Коллективный договор.

40. Рабочее время.

41. Время отдыха.

42. Трудовая дисциплина.

43. Охрана труда.

44. Трудовые споры и порядок их разрешения.

45. Права и обязанности родителей и детей.

46. Порядок заключения брака.

47. Порядок расторжения брака.

48. Виды гражданского судопроизводства.

49. Стадии гражданского процесса.

50. Подсудность гражданских дел.

51. Гражданская правоспособность и дееспособность.

52. Опека и попечительство по гражданскому праву. Патронаж.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

1) Основная литература:

1. Марченко, М.Н. Правоведение : учебник / М.Н. Марченко, Е.М. Дерябина ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Юрид. фак. - Изд. 3-е, перераб. и доп. -

М.: Проспект, 2016. - 640 с.

2) Дополнительная литература:

1. Валентиновна, Евстигнеев Евгений Николаевич. - М.: ИНФРА-М, 2001. 245 с.
2. Васькова, Н.И. Электронные источники правовой информации : учеб.-метод. пособие / Н.И. Васькова, М.В. Салменкова. - М.: Либерия-Бибинформ, 2006. - 114 с.: ил.
3. Волков, А. М. Основы права : учебник для вузов / А. М. Волков, Е. А. Лютягина ; под общей редакцией А. М. Волкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 279 с. https://urait.ru/book/osnovy-prava-510941
4. Гребенщикова, Л.Н. Необходимость изучения предмета "Основы права" в высшей школе в современных условиях / Л.Н. Гребенщикова // Повышение результативности в спорте, физическом воспитании и оздоровлении населения : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. молодых ученых / Чайковский гос. ин-т физ. культуры. - Чайковский, 2002. - С. 110-111.
5. Гребенщикова, Л.Н. Роль дисциплины "Правоведение" для студентов спортивных вузов / Л.Н. Гребенщикова // Перспективные технологии и методики в спорте, физической культуре и туризме : сб. материалов Всерос.науч.-практ. конф., Чайковский, 22-24 окт. 2002 г. / Чайков. гос. ин-т физ. культуры. - Чайковский, 2002. - С. 177-179.
6. Закревская, О.В. Правоведение [Электронный ресурс] : лекции для студентов / Закревская О. В. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Равновесие: Ай Пи Эр Медиа, 2006. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

7. Исаев, И.А. История государства и права России : Полн. курс лекций. - М.: Юрист, 1994. - 447 с.
8. Комментарий к Конституции Российской Федерации / Ин-т законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ; Отв. ред. Л. А. Окуньков. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: БЕК, 1996. - 635 с.
9. Магницкая, Е.В. Правоведение : учеб. пособие / Магницкая Елена
10. Мархгейм, М.В. Правоведение : учеб. для студентов вузов, обучающихся по неюрид. специальностям : рек. М-вом образования РФ / [М.В. Мархгейм, М.Б. Смоленский, Е.Е. Тонков] ; под ред. М.Б. Смоленского. - 9-е изд., испр. и доп. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 413 с.
11. обучающихся по направлению 032100, специальностям 032101, 032102 рек. УМО по образованию в обл. физ. культуры и спорта / Н.А. Ушакова, А.Н. Чесноков. - 2-е изд. - М.: Физ. культура, 2007. - 132 с.
12. Объедкова, Л.П. Правоведение в определениях, схемах, таблицах : учеб.-метод. пособие для студентов вузов обучающихся по специальности 032101, 032102, 032103, 080507 : рек. УМО по образованию в обл. физ. культуры и спорта / Л.П. Объедкова, Н.А. Ушакова. - М.: Физ. культура, 2010. - 63 с.: табл. 8
13. Окулич, И.П. Правоведение : учеб. пособие для студентов вузов : рек. Умс по образованию в обл. юриспруденции Урал. федер. округа на базе гос. образоват. учреждения высш. проф. образования "Урал. гос. юрид. акад." / И.П. Окулич, Н.С. Конева. - Челябинск: [Рекпол], 2007. - 361 с.
14. Основы права : учебник : [12+] / авт.-сост. И. В. Четвертакова. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 244 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=683099
15. Право [Электронный ресурс] : курс лекций по праву для направлений 38.03.01, 49.03.02 : рек. к изд. Эмс Гуманитар. ин-та ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / Байрамов С.В. [и др.] ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Рос. гос. ун-т физ.

культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)", Каф. "Право". - 2015

16. Правоведение : учеб. для студентов вузов неюрид. профиля, обучающихся по всем направлениям подгот. дипломир. спец., спец. высш. проф. образования : доп. М-вом образования РФ / под ред. О.Е. Кутафина ; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. акад. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юристъ, 2005. - 408 с.

17. Правоведение : учебник : [рек. Умс РАГС] / под ред. Г.В. Мальцева ; Рос. акад. гос. службы при президенте РФ, Волгоград. акад. гос. службы, Орлов. акад. гос. службы. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - М.: Изд-во Рос. акад. гос. службы, 2008. - 623 с.

18. Радько, Т.Н. Правоведение : учеб. пособие / Т.Н. Радько. - М.: Проспект, 2012. - 202 с.

19. Ушакова, Н.А. Правоведение : учеб. пособие для студентов вузов,

20. Шалютин, Б.С. Закон, юридический закон и общественный договор / Б.С. Шалютин // Вопросы философии. - 2006. - № 11. - С. 27-46.

3) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Официальный интернет-портал правовой информации// URL:http://pravo.gov.ru/

4) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении

образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного

обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.

3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование:

проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и

подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

Приложения к рабочей программе дисциплины

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине Основы права для обучающихся Гуманитарного института 1 курса, направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Спортивная реклама и PR» очной и заочной форм обучения.

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Экономики и права.

Сроки изучения дисциплины: 1 семестр для очной и заочной форм обучения

Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Подготовка доклада по теме «Государство и права. Их роль в жизни общества»*	*2 неделя*	*10*
2	*Подготовка доклада по теме «Норма права и нормативно-правовые акты. Источники права. Система российского права. Отрасли права»*	*3 неделя*	*10*
3	*Решение ситуационных задач по теме «Конституционное право»*	*4 неделя*	*5*
4	*Решение ситуационных задач по теме «Семейное право. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву»*	*5 неделя*	*5*
5	*Решение ситуационных задач по теме «Трудовое право»*	*6 неделя*	*10*
6	*Решение ситуационных задач по теме «Уголовное право. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений»*	*7 неделя*	*10*
7	*Решение ситуационных задач по теме «Гражданское право»*	*8 неделя*	*10*
8	*Решение ситуационных задач по теме «Административные правонарушения и*	*9 неделя*	*10*

	административная ответственность. Экологическое право»		
9	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*5*
	Зачёт		***15***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Подготовка доклада по теме «Государство и права. Их роль в жизни общества»*	*15*
2	*Подготовка доклада по теме «Норма права и нормативно-правовые акты. Источники права. Система российского права. Отрасли права»*	*15*
3	*Написание и защита реферата по теме «Конституционное право»*	*15*
4	*Написание и защита реферата по теме «Семейное право. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву»*	*15*
5	*Написание и защита реферата по теме «Трудовое право»*	*15*
6	*Написание и защита реферата по теме «Уголовное право. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений»*	*15*
7	*Написание и защита реферата по теме «Гражданское право»*	*15*
8	*Написание и защита реферата по теме «Административные правонарушения и административная ответственность. Экологическое право»*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ

Кафедра экономики и права

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.08 ОСНОВЫ ПРАВА»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины: составляет 2 зачетные единицы.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины: *1 семестр на очной и заочной форме обучения*

3.Цель освоения дисциплины: Целями освоения дисциплины «Основы права» является приобретение и овладение студентами направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью знаниями в области права, выработке позитивного отношения к нему, в рассмотрении права как социальной реальности выработанной человеческой цивилизацией и наполненной идеями гуманизма, добра и справедливости. Дисциплина реализуется на русском языке.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

УК -2 – способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя их действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

ОПК – 2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК – 5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

5.Краткое содержание дисциплины:

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Государство и права. Их роль в жизни общества.	**1**	2	3	5		
2	Норма права и нормативно-правовые акты. Источники права. Система российского права. Отрасли права	**1**	2	3	5		
3	Конституционное право.	**1**	1	3	5		
4	Семейное право. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву.	**1**	1	3	5		
5	Трудовое право.	**1**	1	3	5		
6	Уголовное право. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.	**1**	1	2	5		
7	Гражданское право.	**1**	1	3	5		
8	Административные правонарушения и административная ответственность. Экологическое право	**1**	1	2	5		
		1					**Зачет**
Итого часов:			**10**	**22**	**40**		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Государство и права. Их роль в жизни общества.	**1**	1	1	10		
2	Норма права и нормативно-правовые акты. Источники права. Система российского права. Отрасли права	**1**	1	1	10		
3	Конституционное право.	**1**		1	10		
4	Семейное право. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву.	**1**		1	10		
5	Трудовое право.	**1**			10		
6	Уголовное право. Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.	**1**			3		
7	Гражданское право.	**1**			10		
8	Административные правонарушения и административная ответственность. Экологическое право	**1**			3		
		1					**Зачет**
Итого часов:			**2**	**4**	**66**		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.09 Культурология»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного Института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 29 от «05» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № от «» 20 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № от «» мая 20 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № от «» 20 г.

Составитель:
Кошелева Анна Владимировна – доктор культурологии, доцент, зав.кафедрой рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент: **Календарова Виктория Владимировна** – кандидат исторических наук, доцент кафедры ИФКСиОО, РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Культурология» является: изучение и формирование у студентов представление о культурном развитии и культуре как системе взаимосвязанных элементов, научить ориентироваться в многообразии культурных процессов, приобщить к достижениям отечественной и мировой культуры. Дисциплина реализуется на русском языке.

Как учебная дисциплина «Культурология» включает в себя следующие задачи:

1. Сформировать у студентов систему научного знания о культуре, ее сущности, функциях, структуре, механизмах и закономерностях существования.
2. Привести к пониманию важности культуры в становлении и развитии личности и общества. Дать возможность выработать творческое восприятие и освоение идей, достижений различных культур, готовность к диалогу с представителями иных культур, умение отстаивать свою позицию на основе осознанного понимания ценности отечественной культуры, умение ориентироваться в различных направлениях художественной культуры, религиях, культурных символах.
3. Выработать навыки научного исследования культурных процессов происходящих в современном мире, применения полученных знаний в жизненной и профессиональной практике.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к разряду модуля базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла. Дисциплина «Б1.0.09 Культурология» читается на очной и заочной форме обучения. На очной и заочной формах обучения реализуется на первом курсе во втором семестре.

Место дисциплины в ряду таких курсов как «История», «Философия», «История физической культуры». В дальнейшем понятие культура и история культуры, рассматриваемые в курсе «Культурология» будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Религиоведение», «Русский язык и культура речи», «Зарубежная литература», «История художественной

культуры», «Русский язык и культура речи», «История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития», «Отечественная литература», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта» и в других дисциплинах.

Дисциплина Культурология – это интегративная наука, которая имеет междисциплинарный характер. В связи с этим она является важным звеном в профессиональной подготовке бакалавров, так как углубляет и расширяет знания по выше перечисленным учебным дисциплинам. Студенты во время обучения сталкиваются не только с различными аспектами современной науки, но и видят взаимосвязь данных наук с общей для них базой – человеческой деятельностью, то есть культурой. Таким образом, расширяются знания о культуре и даются интегративные познания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения образования в магистратуре.

1. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**_____ форма обучения (ускоренное**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**	2	2	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	2	2	
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное	2	2	

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.			
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	2	2	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	2	2	
УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	2	2	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	2	2	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	2	2	
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозорв сфере отечественного и мирового культурного процесса	2	2	
ОПК-3.2	Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	2	2	
ОПК-3.3	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	2	2	

2. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 **зачетные единицы**, 144 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	

1	Раздел 1. Теория культуры Тема 1.1. Культурология в системе социально-гуманитарного знания Тема 1.2. Смысл, структура и функции культуры. Основные концепции культуры	2	6	10	20		
2	Раздел 2. Историческая типология культуры Тема 2.1. Первобытная и древневосточные культуры. Культура европейской античности. Тема 2.2. Культура средневековья и Нового времени Тема 2.3. Основные вехи развития отечественной культуры Тема 2.4. Культура в современном мире	2	6	10	20		
3	Раздел 3. Морфология культуры Тема 3.1. Природа и культура. Наука и техника в контексте культуры Тема 3.1. Природа и культура. Наука и техника в контексте культуры	2	6	10	20		
4	Раздел 4. Социальное функционирование культуры Тема 4.1. и культуры. Современные этнокультурные и национальные проблемы Тема 4.2. Политика – нравственность – культура. Нации Культурная политика Тема 4.3. Личность и культура. Тема 4.4. Физическая культура и спорт как часть общей культуры. Здоровый образ жизни и телесная культура.	2	6	10	20		
Итого за семестр- 144			24	40	80		зачет с оценкой

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	

1	Раздел 1. Теория культуры Тема 1.1. Культурология в системе социально-гуманитарного знания Тема 1.2. Смысл, структура и функции культуры. Основные концепции культуры	2	1	1	32		
2	Раздел 2. Историческая типология культуры Тема 2.1. Первобытная и древневосточные культуры. Культура европейской античности. Тема 2.2. Культура средневековья и Нового времени Тема 2.3. Основные вехи развития отечественной культуры Тема 2.4. Культура в современном мире	2	1	1	32		
3	Раздел 3. Морфология культуры Тема 3.1. Природа и культура. Наука и техника в контексте культуры Тема 3.1. Природа и культура. Наука и техника в контексте культуры	2	1	2	34		
4	Раздел 4. Социальное функционирование культуры Тема 4.1. и культуры. Современные этнокультурные и национальные проблемы Тема 4.2. Политика – нравственность – культура. Нации Культурная политика Тема 4.3. Личность и культура. Тема 4.4. Физическая культура и спорт как часть общей культуры. Здоровый образ жизни и телесная культура.	2	1	2	36		
Итого за семестр- 144час			4	6	134		зачет с оценкой

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) - Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Специфика культурологии как социально-гуманитарного знания. Интегративная сущность культурологии
2. Методологическая роль культурологии для наук о физической культуре и спорте
3. Основные функции культуры
4. Специфика языка культуры
5. Понятие морфологии культуры, ее основное содержание
6. Культура: доминирующая, субкультура, контркультура
7. Культура: массовая, элитарная, народная.
8. Н.Я.Данилевский о локально-исторических типах культуры.
9. Культурологическая концепция П.Сорокина.
10. Соотношение культуры и цивилизации (по работе О.Шпенглера «Закат Европы»)
11. Проблемы кризиса культуры в работах А.Шопенгауэра
12. З.Фрейд о природной антикультурности человека.
13. Неофрейдизм К.Юнга.
14. Х.Ортега-и-Гассет о культуре элиты и массы.
15. Гуманистические концепции культуры А.Швейцера и Н.К.Рериха
16. Игровая концепция культуры Й. Хейзинга
17. Культурные особенности Восток и формы их проявления
18. Культурные особенности Запада и формы их проявления
19. Культура, искусство и религия
20. Глобальные проблемы человечества и экологическая культура
21. Профессиональная культура и культурная компетентность.
22. Диалог культур, межкультурная и межличностная коммуникация
23. Политическая культура и особенности её формирования в России
24. Техника и информационные технологии в современной культуре
25. Понятие культуры межнационального общения, способы ее формирования

26. Физическая культура и спорт как часть общей культуры
27. Особенность первобытной культуры
28. Культура древних цивилизаций востока
29. Античность как тип культуры: основные черты, представители
30. Роль античной культуры в развитии европейской цивилизации
31. Возникновение христианства и его роль в развитии мировой культуры
32. Библия – памятник мировой культуры
33. Основные этапы развития средневековой культуры, эволюция ее принципов
34. Византия как центр раннесредневековой культуры. Византия и Русь.
35. Культура Возрождения – специфика, этапы, формы проявления, представители
36. Гуманистические идеи эпохи Возрождения и их историческая судьба
37. Культура эпохи просвещения (Западная Европа, Россия)
38. Особенности культуры Нового времени
39. Культура Новейшего времени.
40. Основные этапы и особенности развития отечественной культуры – общая характеристика
41. Характерные черты древнерусской культуры
42. Средневековая культура Руси
43. Петровские реформы как фактор развития российской культуры
44. Культура России первой половины 19 века. «Золотой век» русской культуры.
45. Культура России второй половины 19 века.
46. Культура России на рубеже 19-20 веков. «Серебряный век» русской культуры
47. Культура русского зарубежья
48. Особенность культуры советского периода.
49. Российская культура современного периода.
50. Российская культура в контексте мирового культурного процесса.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Культурология: учебное пособие. /В.Л. Нестерова,– Ставрополь: Из-во СКФУ, 2017. –2016 с.
«Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
2. Культурология: учебник для студентов вузов / Т.С. Грушевицкая, А.П. Садохин, – 3-е изд. перераб. и доп.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. –687 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
3. Культурология: учебное пособие для студентов вузов /А.П.Садохин, И.И.Толстикова.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 295 с.
«Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
4. Культурология. История мировой культуры: учебник для студентов/Н.О. Воскресенская. – 2-е изд.,– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 759 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
5. Культурология. История мировой культуры. Хрестоматия: учебное пособие для студентов вузов / Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 607 с.
«Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
6. Культурология. Теория и история мировой культуры: учеб. пособие/ Ножкина И.А. и др. - 2-е изд., перераб.– М.: БИБКОМ ТРАНСЛОГ, 2016. – 327 с.

б) Дополнительная литература:

1. Античность как геном европейской и российской культуры/под ред. В.П. Шестакова.– СПб.: Алетейя, 2016. – 284 с.
2. Багдасарьян, Н.Г. Культурология : учеб. для вузов: рек. Науч.-метод. Советом по культурологии М-ва науки и образования РФ / Н.Г. Багдасарьян. - М.: Высш. образование, 2008. – 495 с.
3. Багновская, Н. М. Культурология : учебник : [16+] / Н. М. Багновская. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 420 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684373
4. Багновская, Н.М. Культурология : учебник / Н.М. Багновская .— 4-е изд. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 419 с. https://lib.rucont.ru/efd/689399

5. Багновская, Н.М. Основы культурологии : учеб. пособие по дисциплине культурологии блока ГСЭ Гос. образов. стандарта: рек. науч.-метод. Советом по культурологии М-ва образования РФ для вузов / Н.М. Багновская. - М.: Фонд "Мир": Акад. проект, 2004.
6. Бич, Ю.Г. Материальная культура и история изобразительного искусства: конспект лекций / Бич Ю.Г., Гангур Н.А.; Федер. агентство по физ. культуре и спорту, Кубан. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. - Краснодар: Изд-во КГУФКСТ, 2007. – 93 с.
7. Викторов, В.В. Культурология : учеб. по дисциплине "Культурология" блока ГСЭ Гос. образоват. стандарта: рек. Науч.-метод. советом по культурологии М-ва образования и науки РФ для вузов / В.В. Викторов ; Финансовая акад. при правительстве РФ. – Изд. доп. – М.: Вуз. учеб., 2010. – 410 с.
8. Волкова, Д.В. Культурология : учеб. пособие / Д.В. Волкова, А.Ю. Новиков. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 315 с.
9. Горелов, А.А. Культурология в вопросах и ответах: учеб. пособие/ А.А.Горелов. – М.: Эксмо, 2005. – 284 с.
10. Золкин, А.Л. Культурология : учеб. для студентов вузов, обучающихся по гуманитар.-соц. специальностям: рек. М-вом образования РФ: рек. УМЦ "Проф. учеб." / А.Л. Золкин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2009. - 583 с.
11. Исламгалиева, С.К. Культурология: курс лекций: учеб. пособие для вузов / С.К. Исламгалиева, К.Е. Халин, Г.В. Бабаян. – Изд. 3-е, стер. – М.: Экзамен, 2009. – 191 с.
12. Караванова, Н.Б. Россия : города, люди, традиции : ил. энцикл./ Караванова Н. - М.: Эксмо, 2009. - 303 с.
13. Кононенко, Б.И. Большой толковый словарь по культурологии/ Кононенко Борис Иванович. – М.: Вече: АСТ, 2003. – 511 с.
14. Кравченко, А.И. Культурология: учебник / А.И. Кравченко; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. – М.: Проспект, 2007. – 285 с.

15. Крёбер, А. Избранное: Природа культуры / Альфред Луис Крёбер. – М.: РОССПЭН, 2004. – 1007 с.
16. Культура и личность: учеб.пос./под ред. Е.Я. Букиной.– Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2013. – 112с.
17. Культурология : История мировой культуры: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по соц.-гуманитар. спец. и направлениям: рек. М-вом образования РФ / ред. Кузнецова Т.Ф. – М.: Academia, 2003. - 605 с.
18. Культурология : учеб. по дисциплине "Культурология": рек. Науч.-метод советом по культурологии М-ва образования и науки РФ для студентов вузов /под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана. – М.: Высш. образование: Юрайт, 2009. – 566 с.
19. Культурология 20 век: Энциклопедия. Т. 1: А - Л. – СПб.: Унив. кн., 1998. – 447 с.
20. Культурология 20 век: Энциклопедия. Т. 2: М - Я. – СПб.: Унив. кн., 1998. - 446 с.
21. Лотман, Ю.М. Беседы о русской культуре : Быт и традиции русского дворянства (18 - начало 19 в.). - СПб.: Искусство-СПб, 1994. - 399 с.
22. Малышева, Е.М. Культурология. История мировой культуры : учеб. пособие / Е.М. Малышева. - М.: Кн. дом Ун-т, 2008. - 287 с.
23. Практикум для студентов по дисциплине «Культурология»:учеб.пос. /А.В.Лукаш.– М.:Директ-Медиа, 2016 – 184с.
24. Розанов В. В. Религия и культура. – М.: Директ-Медиа, 2012.– 298 с.
25. Садохин А.П. Культурология. Словарь терминов, понятий, имен.– М.:Директ-Медиа, 2016 – 184с.
26. Соловьев, В. М. Культурология : учебник для вузов : [16+] / В. М. Соловьев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 673 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561243
27. Тайлор Э. Первобытная культура.– М.:Директ-Медиа, 2015 – 1458 с.

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Культурологический журнал - http://www.cr-journal.ru/
2. Международный научно-исследовательский журнал. Культурология. Научные статьи по культуре– https://research-journal.org/category/culture/
3. Культурология РФ. Журнал о культуре и искусстве. – https://kulturologia.ru/
4. Электронный журнал «Культура культуры» – http://cult-cult.ru/ или http://культ-культ.рф/.
5. Журнал «Знание. Понимание. Умение» – https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1822938 или http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/ , или http://www.zpu-journal.ru/
6. «Искусство» журнал – https://iskusstvo-info.ru/issues/
7. «КУЛЬТУРОЛОГ» – сайт о культуре http://culturolog.ru/
8. «КУЛЬТУРОЛОГИЯ» сайт - статьи, учебные материалы, новости https://kultyres.ru/
9. «Искусство и культура» сайт – http://urok-kultury.ru/category/iskusstvo-mxk/ [urok-kultury.ru]
10. Ссылки на сайты по мировой художественной культуре – https://nsportal.ru/user/361659/page/ssylki-na-sayty-po-mirovoy-hudozhestvennoy-kulture

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.0.09 Культурология» для обучающихся Гуманитарного института, 1курса направления подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» ***направленности (профилю) –*** *«*Спортивная реклама и PR***» очной формы обучения***
(код и наименование)

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): 2 семестр
Форма промежуточной аттестации: *зачет с оценкой*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
2-ый семестр			
1	*Подготовка докладов по теме:* *1.Н.Я. Данилевский о многообразии культурно-исторических типов.* *2. О.Шпенглер об исторической типологии мировой культуры.* *3. А.Тойнби о локальных цивилизациях.* *4. П.Сорокин о типологии и динамике культур.* *5. М.Мид: постфигуративная, кофигуративная и префигуративная культуры.* *6. Ю.Лотман: семиотические типы культур.*	*24-25*	*10*

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	Форма контроля – заслушивание и обсуждение доклада		
2	*Презентация по темам «Спорт и искусство», «Культура, искусство, религия», «Китайская культура», «Арабская Культура», «Культурологические концепции», «Западная культура» (по выбору студента)*	*28-30*	*10*
3	*Выступление на семинарах по теме* «Природа и культура». «Наука, техника, технологии в контексте культуры»	*31-32*	*5*
4.	*Рефераты по темам «Роль культуры в развитии коммуникации», «Культурологическая мысль от Античности до нашего времени», «История отечественной культуры»*	*33-34*	*15*
5.	*Выступление на семинарах* по теме «Российская этнокультура», «Нация и культура»	*37-38*	*5*
6.	*Выступление на семинарах* по теме «Физическая культура и спорт в современной культуре»	*39*	*5*
7.	*Презентация по теме «Вехи русской культуры»,*	*40*	*10*
8.	*Тестирование* по 1 Разделу и 2 Разделу	*41*	*10*
9	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по семестру		**80 баллов**
	Зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	Подготовка презентации	10
1	Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)	15
2	Письменная контрольная работа	10
3	Тест	10
4	Устный опрос	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.09 Культурология»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Форма обучения: о*чная*, зао*чная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 4 зачетные единицы.

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля):** 2 семестр 2019-2020 учебного года.

3. **Цель освоения дисциплины (модуля):** Целью освоения дисциплины (модуля) «Культурология» является: изучение и формирование у студентов представление о культурном развитии и культуре как системе взаимосвязанных элементов, научить ориентироваться в многообразии культурных процессов, приобщить к достижениям отечественной и мировой культуры. Дисциплина реализуется на русском языке.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):**

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

4. **Краткое содержание дисциплины (модуля):**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Теория культуры Тема 1.1. Культурология в системе социально-гуманитарного знания Тема 1.2. Смысл, структура и функции культуры. Основные концепции культуры	2	6	10	20		
2	Раздел 2. Историческая типология культуры Тема 2.1. Первобытная и древневосточные культуры. Культура европейской античности. Тема 2.2. Культура средневековья и Нового времени Тема 2.3. Основные вехи развития отечественной культуры	2	6	10	20		

	Тема 2.4. Культура в современном мире						
3	Раздел 3. Морфология культуры Тема 3.1. Природа и культура. Наука и техника в контексте культуры Тема 3.1. Природа и культура. Наука и техника в контексте культуры	2	6	10	20		
4	Раздел 4. Социальное функционирование культуры Тема 4.1. и культуры. Современные этнокультурные и национальные проблемы Тема 4.2. Политика – нравственность – культура. Нации Культурная политика Тема 4.3. Личность и культура. Тема 4.4. Физическая культура и спорт как часть общей культуры. Здоровый образ жизни и телесная культура.	2	6	10	20		
Итого за семестр- 144			24	40	80		зачет с оценкой

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Теория культуры Тема 1.1. Культурология в системе социально-гуманитарного знания Тема 1.2. Смысл, структура и функции культуры. Основные концепции культуры	2	1	1	32		
2	Раздел 2. Историческая типология культуры Тема 2.1. Первобытная и древневосточные культуры. Культура европейской античности. Тема 2.2. Культура средневековья и Нового времени Тема 2.3. Основные вехи развития отечественной культуры	2	1	1	32		

	Тема 2.4. Культура в современном мире						
3	Раздел 3. Морфология культуры Тема 3.1. Природа и культура. Наука и техника в контексте культуры Тема 3.1. Природа и культура. Наука и техника в контексте культуры	2	1	2	34		
4	Раздел 4. Социальное функционирование культуры Тема 4.1. и культуры. Современные этнокультурные и национальные проблемы Тема 4.2. Политика – нравственность – культура. Нации Культурная политика Тема 4.3. Личность и культура. Тема 4.4. Физическая культура и спорт как часть общей культуры. Здоровый образ жизни и телесная культура.	2	1	2	36		
Итого за семестр- 144час			4	6	134		зачет с оценкой

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.10 Религиоведение»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института Гуманитарного
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол №29 от «05» июня 2019 г.

Составитель:
Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) Б1.О.10 «Религиоведение» Цель освоения дисциплины (модуля) «Религиоведение» заключается в том, чтобы дать студентам представление о религии как форме общественного сознания, социальном феномене; сформировать отношение к религии с позиции научного, гуманистического, толерантного мировоззрения, ценностного отношения к человеку, его правам и свободам, способности к межкультурному и межрелигиозному диалогу; привить профессиональные навыки общения и взаимодействия с представителями разных конфессий; развить умение эффективно использовать усвоенные знания в решении профессиональных задач.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП).

Освоение курса «Религиоведение» обеспечивает общекультурное развитие студентов, знакомит их с культурными мировыми традициями, воспитывает в них чувство терпимости, вежливости и толерантности к людям верующим.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR». Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 (Б1.О).

Дисциплина определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании всемирной истории художественной культуры и искусства.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.
- Дисциплина «Религиоведение» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)[1]
1	2	3	4	5
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	3	5	
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	3	5	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	3	5	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	3	5	
УК-5.5	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	3	5	
УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	3	5	
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов				
ОПК-3.1.	Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	3	5	
ОПК-3.2.	Анализирует достижения отечественной и мировой художественной культуры.	3	5	
ОПК-3.3.	Использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	3	5	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения 3 семестр.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятел-	Контроль	
1	**Раздел I.** Теория религии	**3**	**6**	**10**	**10**		
2	**Раздел II.** История религий	**3**	**8**	**12**	**27**		
3	**Раздел III.** Религия в современном мире	**3**	**6**	**10**	**10**		
Итого часов:			**20**	**32**	**47**		**Экзамен**

Заочная форма обучения 5 семестр

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятел-**	**Контроль**	
1	**Раздел I.** Теория религии	**5**	**1**	**2**	**20**		
2	**Раздел II.** История религий	**5**	**2**	**4**	**47**		
3	**Раздел III.** Религия в современном мире	**5**	**1**	**2**	**20**		
Итого часов:			**4**	**8**	**87**		**Экзамен**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Для очной формы обучения – **экзамен;**

Для заочной формы обучения **- экзамен**

Вопросы к экзамену для очной и заочной формы обучения.

Вопросы к экзамену.

1.Религиоведение как наука.

2.Предмет и структура религиоведения.

3.Религиоведение и образовательная среда.

4.Принципы и методы религиоведения.

5.Функции религиоведения.
6.История изучения религии.
7.Новые теории религиоведения
8.Структура религии.
9.Религия и вера.
10.Социальные функции религии.
11.Религия как социокультурное явление.
12.Возникновение науки о религии
13.Религия и общество
14.Религия и человек.
15.Религиозное сознание.
16.Религиозные организации.
17.Происхождение мировых религий.
18.Племенные культы
19.Древнеегипетская религия.
20.Зороастризм
21.Религия Древней Греции
22.Религия Древнего Рима
23.Религия скандинавов
24.Религия кельтов
25.Религия древних славян
26.Индуизм
27.Джайнизм
28.Сикхизм
29.Конфуцианство
30.Даосизм как религия
31.Синтоизм
32.Иудаизм
33.Происхождение мировых религий
34.Буддизм.
35.Основные течения буддизма
36.Распространение буддизма.
37.Раннее христианство
38.Православие
39.Католицизм
40.Протестантизм
41.Распространение христианства
42.Ислам
43.Суннизм
44.Шиизм
45.Распространение ислама
46.Сущность секуляризации
47.Религиозная социализация индивида.
48.Место и роль религии в современном мире
49.Новые религии и религиозные течения
50.Религия и политика
51.Религия и спорт
52.Свободомыслие в истории духовной культуры
53.Свобода совести

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Аринин Е.И. Религиоведение. Введение с основные концепции и термины : учеб. пособие для вузов / Е.И. Аринин. - М.: Акад. Проект, 2004. - 317 с.
2. Васильев Л.С. История религий Востока : [учеб. пособие для вузов] / Л.С. Васильев. - 8-е изд. - М.: Кн. дом Ун-т, 2006. - 703 с.
3. Лобазова О.Ф. Религиоведение : учеб. для студентов, обучающихся по специальности "Соц. работа", а также гуманитар, и соц-гуманитар. вузов, колледжей, лицеев и гимназий рек. Умо вузов России по образованию в обл. соц. работы / О.Ф. Лобазова ; [под общ. ред. В.И. Жукова]. - 6-е изд., испр. и доп. - М.: Дашков и К, 2009. - 487 с.
4. Лобазова, О.Ф. Религиоведение : учебник / О.Ф. Лобазова .— 8-е изд., испр. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2018 .— 468 с. https://lib.rucont.ru/efd/689427/info
5. Основы религиоведения : учебник / Колл. авт.; Под ред И. Н. Яблокова. - М.:Гардарики, 2011. - 368 с.
6. Павловский В.П. Религиоведение : учеб. пособие для студентов вузов курсантов и слушателей образовал. учреждений МВД России : рек. М-вом образования РФ : доп. М-вом внутрен. дел РФ : рек. УМЦ "Проф учеб." / **В.**П. Павловский, Н.Д. Эриашвили, **А.**В. Щеглов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити, 2010. - 319 с.: ил.
7. Подольская Е.А. Религиоведение : кредит.-модул. курс / Е.А. Подольская, Т.В. Подольская. - М.: Наука спектр: Дашков и К., 2010. - 335 с.: ил.
8. Религиоведение : учебник для вузов / М. М. Шахнович [и др.] ; под редакцией М. М. Шахнович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 381 с. https://urait.ru/book/religiovedenie-510916
9. Религиоведение : Хрестоматия: Рек. М-вом общ. и проф. образования РФ / ред. Красников А.Н. - М.: Университет, 2009. - 800 с.
10. Яблоков И.Н. Религиоведение : учеб. пособие для студентов вузов: рек. М-вом образования РФ / И.Н. Яблоков. - Изд. 2-е, испр. и доп. - М.: Гардарики, 2010. - 319 с.

б) Дополнительная литература:

1. Астапов С.Н. История религий : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования : доп. Минобрнауки РФ / С.Н. Астапов, Е.В. Бурлуцкая, А.Н. Бурлуцкий. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: Академцентр, 2009. - 255 с.: ил.
2. Зенько Ю.М. Реклама и связи с общественностью религии / Ю. М. Зенько. - 2-е изд., испр. и доп. - СПб: Речь, 2009. - 544 с.
3. Баукер Дж. Религии мира. – М., 2007.
4. Бертронг Д. Конфуцианство. М., 2004.
5. Жданов Н.В. Исламская концепция миропорядка. – М., 2003.
6. Зелинский Ф. Ф. Древнегреческая религия. – М., 2002.
7. Лебедев А.П. История разделение церквей. – М., 2005.
8. Лосев А.Ф. Боги и герои Древней Греции. – М., 2002.
9. Мюллер М. Введение в науку о религии. – М., 2002.
10. Поснов М.Э. История христианской церкви. – М., 2005.
11. Православная церковь. Храм, богослужение, таинства, праздники, наука и вера. / Сост. А.М. Кашпер, – М., 2002.
12. Светлов Г.Е. Путь богов (синто в истории Японии). – М., 2005.
13. Спиц Л. История реформации. – Минск, 2003.
14. Сто великих монастырей. – М.: Вече, 2006.
15. Ульциферов О.Г. Индия. – М., 2003.
16. Шахнович М.М. Очерки по истории религоведения. – СПб, 2006.
17. Энциклопедия иллюстрированная. Знаки и символы. – М., 2007.
18. Энциклопедия. Религия – Минск, 2007.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://iriney.vinchi.ru
2. http://Lib.eparhia электронная библиотека.
3. http://religion.historic.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

Приложение к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **«Б1.О.10 Религиоведение»** для обучающихся Гуманитарного института 2 курса очной формы обучения и 3 заочной, по направлению подготовки/специальности: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленности (профилю): «Спортивная реклама и PR»** форма обучения: очная и заочная

год набора: 2019

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): для очной формы обучения: 3 семестр;
для заочной формы обучения: 5 семестр.
Форма промежуточной аттестации для очной и заочной формы обучения: *экзамен*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Для очной формы обучения 3 семестр

Заочная форма обучения 5 семестр.

	Виды текущего контроля	**Сроки проведения**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по разделу*: «Теория религии».	*23-30. 09.*	*5*
2	*Управляемая дискуссия на тему:* «Вера, религиозное сознание, религиозное мировоззрение».	*15-22.10.*	*5*
3	*Выступление на семинаре:* «Древние религиозные представления»	*23-30.10.*	*5*
4	*Выполнение практического задания №1 по разделу* «Национальные религии»	*1-7.11.*	*5*
5	*Выполнение практического задания №2 по разделу: «*Религия и общество*»*	*8-15.11.*	*5*
6	*Выступление на семинаре по теме: «*Национальные религии».	*16.-23.11.*	*5*
7	*Написание реферата по теме: «*Религия как социокультурное явление*»*	ноябрь-декабрь	15
8	*Презентация по теме: «*Происхождение мировых религий*»*	1-10.12	10
9	*Эссе на тему «*Мое отношение к религии*»*	декабрь	10
10	Посещение занятий	В течение семестра	5
11	Другие виды контроля		
ИТОГО			**100**

	баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу*: «Основные характеристики мировых религий»	10
2	*Доклад на тему:* «Религия и спорт».	15
3	*Презентация по теме: «*Религия и политика».	15

Заочная форма обучения 5 семестр

№	Виды текущего контроля	Сроки проведения	Максимальное кол-во баллов
1	Доклад по разделу: «Теория религии».	В течение сессии	*15*
2	Выступление на семинаре по теме: «Мировые религии».	В течение сессии	*15*
3	Выступление на семинаре по теме: «Религия в современном мире».	В течение сессии	*15*
4	Написание реферата.	В течение сессии	*20*
5	Посещение занятий	В течение сессии	5
6	Другие виды контроля		
ИТОГО			**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу*: «Мировые религии»	20
2	*Презентация или доклад по выбранной теме.*	20

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».
- Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из

списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся дифференцированным зачётом или экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.10 Религиоведение»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):
для очной формы обучения - 3семестр;
для заочной формы обучения –5 семестр.

3. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля) «Б1.О.10 Религиоведение» заключается в том, чтобы дать студентам представление о религии как форме общественного сознания, социальном феномене; сформировать отношение к религии с позиции научного, гуманистического, толерантного мировоззрения, ценностного отношения к человеку, его правам и свободам, способности к межкультурному и межрелигиозному диалогу; привить профессиональные навыки общения и взаимодействия с представителями разных конфессий; развить умение эффективно использовать усвоенные знания в решении профессиональных задач.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения 3 семестр.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятел-	Контроль	
1	**Раздел I.** Теория религии	3	6	10	10		
2	**Раздел II.** История религий	3	8	12	27		
3	**Раздел III.** Религия в современном мире	3	6	10	10		
Итого часов:			20	32	47		Экзамен

Заочная форма обучения 5 семестр

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятел-	Контроль	
1	**Раздел I.** Теория религии	**5**	**1**	**2**	**20**		
2	**Раздел II.** История религий	**5**	**2**	**4**	**47**		
3	**Раздел III.** Религия в современном мире	**5**	**1**	**2**	**20**		
Итого часов:			**4**	**8**	**87**		**Экзамен**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра философии и социологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.11 Основы социологии»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
тута
Протокол № 1 от «26» ___сентября___2018__ г.

Составители:
Исмаилов Асомиддин Исмаилович – кандидат педагогических наук, профессор кафедры философии и социологии РГУФКСМиТ.

Рецензент:

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью данного курса является изучение теоретических и методологических основ взаимодействия социальных структур общества и коммуникативных систем различных уровней, а также выявление взаимосвязи социальных факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие социально значимой информации в системе массовой коммуникации как социального института.

В процессе самостоятельной работы студенты изучают основную рекомендованную и дополнительную литературу, помогающую им в осмыслении обсуждаемых на занятиях социологических проблем, выполняют задания, предусмотренные программой курса, занимаются подготовкой реферативных работ.

Предлагаемый курс позволяет обучающимся овладеть знаниями, умениями и навыками, необходимыми для формирования профессиональных и личностных компетенций специалистов в области «Связи с общественностью». Дисциплина реализуется на русском языке

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Программа дисциплины «Б1.О.11 Основы социологии» относится к базовой части обязательных дисциплин Б1.О.11 и опирается на уже имеющиеся знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как «Философия», «Психология», «Социальная психология», а также является сопряженной для дисциплины «Теория массовой коммуникации».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)

	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	*Знать:* принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач; информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации. *Уметь:* анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; синтезировать информацию, представленную в различных источниках. *Владеть:* навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений; методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	*1*		*9*
ОПК-2	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования. ОПК-2.2. Выявляет тенденции развития общественных и государственных институтов ОПК-2.3. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	*1*		*9*
ОПК-4	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности. ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*1*		*9*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний	2	3	4	10		
2	Социальная структура общества	2	3	4	10		
3	Личность и общество	2	4	5	10		
4	Программа и методы социологического исследования	2	4	5	10		
Итого часов: 72			14	18	40		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний	2	0,5	0,5	10		
2	Социальная структура общества	2	0,5	0,5	10		
3	Личность и общество	2	0,5	0,5	10		

4	**Программа и методы социологического исследования**	**2**	**0,5**	**0,5**	**10**		
Итого часов: 72			**2**	**2**	**68**		**зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Объект и предмет социологии.
2. Эволюционно-органическая теория Г. Спенсера.
3. История русской социологической мысли.
4. Классическая русская социология.
5. Современная западная социология.
6. Эмпирическое социологическое исследование: сущность и содержание.
7. Программа социологического исследования.
8. Общество как социальная система
9. Теория происхождения общества.
10. Социология современного общества.
11. Социальная структура и социальная стратификация общества.
12. Этнические общности.
13. Социальные институты и организации.
14. Личность и общество.
15. Структура и типология личности.
16. Социализация личности.
17. Анализ социальных статусов и ролей в обществе.
18. Социальные взаимодействия.
19. Социальные изменения.
20. Социальное движение.
21. Теории межличностного взаимодействия.
22. Социальный конфликт.
23. Социальный контроль и девиация и: типы и виды.
24. Социальное неравенство.
25. Социальная мобильность: Россия и Запад.
26. Этническая идентификация.
27. Этнос как социальная общность.
28. Объект и предмет социологии массовой коммуникации.
29. Предметно-объектная область социологии массовой коммуникации.
30. Характеристика и значение понятий «массовое общество» и «массовая культура».
31. Генезис и совершенствование каналов коммуникации.
32. Функции СМК.
33. Виды коммуникаций.
34. Типы коммуникации.
35. Проблемы свободы и контроля в СМИ.

36. Коммуникативный процесс.
37. Особенности взаимодействия СМИ и аудитории.
38. МК как социальный институт в системе общественных отношений.
39. СМИ как составная часть СМК.
40. Основные компоненты СМИ.
41. Печать в системе средств массовой коммуникации.
42. Радио в системе средств массовой коммуникации.
43.Телевидение в системе средств массовой коммуникации.
44.Исследование аудитории СМК.
45. Методы формирования общественного мнения.
46. Методы исследования СМК.
47. Выборка в социологических исследованиях.
48. Функции МК в сфере связей с общественностью.
49. Методика опросов общественного мнения.
50. Барьеры и препятствия восприятия информации.
51. Взаимоотношения прессы и PR-структур.
52. Теоретические и практические модели коммуникации.
53. Права и свободы личности в деятельности СМИ.
54. Типология СМК.
55. Технология контент-анализа.
56. Оформление исследования в прессе.
57. СМИ и общественное мнение.
58. Требования к опросному листу.
59. Техника публичного выступления и других организационных форм информирования общественности.
60. Требования к анкете.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература

1. Грацианова, Л. И. Основы психологии : учебное пособие : [16+] / Л. И. Грацианова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2020. – 224 с. : ил. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=602815
2. Добреньков В.И. Социология : учеб. для студентов вузов : рек. УМО по клас. унив. образованию / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Социолог. фак. - М.: Акад. проект: Alma Mater, 2009. - 605 с
3. Кравченко А.И. Социология : учеб. для бакалавров / А.И. Кравченко ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - М.: Проспект, 2016. - 534 с.: ил.

б) Дополнительная литература

1. Добреньков В.И. Социология : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 040200 : рек. УМО по клас. унив. образованию / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Социолог. фак. - М.: Акад. проект: Alma Mater, 2009. - 605 с.: ил.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://www.isras.ru/socis.html Журнал «Социологические исследования»
2. http://ecsocman.hse.ru/ Федеральный образовательный портал ЭСМ: экономика, социология, менеджмент
3. http://www.actualresearch.ru/index.html Электронное научное издание «Актуальные инновационные исследования: наука и практика»

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс (30 посадочных мест) в составе: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю)* «Основы социологии» *для обучающихся* Гуманитарного института *1 курса, направления подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR» очной *и заочной формы (м) обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: философии и социологии
Сроки изучения дисциплины (модуля): 1, 9 семестр
Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Презентация по теме «Теоретико-методические основы социологических знаний»	*2-4*	*5*
2	Презентация по теме «Социальная структура общества»	*5-7*	*5*
3	Тестирование по темам: «Теоретико-методические основы социологических знаний» и, «Социальная структура общества»	*8*	*10*
4	Презентация по теме «Личность и информационное общество»	*9-11*	*5*
5	Тестирование по теме «Личность и информационное общество»	*12*	*10*
6	Разработка программы СИ Разработка анкеты	*13-18*	*13*
7	Написание реферата (тема согласуется с преподавателем)	*4-17*	*10*
8	Посещение занятий	*В течение семестра*	*12*
	дифференцированный зачет		***25***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	*Написание реферата по теме, согласованной с преподавателем*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплинам, завершающимся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра философии и социологии

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.11 Основы социологии»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет *2* зачетные единицы.

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):** *1 семестр очная форма обучения, 9 семестр заочная форма обучения .*

3. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью данного курса является изучение теоретических и методологических основ взаимодействия социальных структур общества и коммуникативных систем различных уровней, а также выявление взаимосвязи социальных факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие социально значимой информации в системе массовой коммуникации как социального института.

В процессе самостоятельной работы студенты изучают основную рекомендованную и дополнительную литературу, помогающую им в осмыслении обсуждаемых на занятиях социологических проблем, выполняют задания, предусмотренные программой курса, занимаются подготовкой реферативных работ.

Предлагаемый курс позволяет обучающимся овладеть знаниями, умениями и навыками, необходимыми для формирования профессиональных и личностных компетенций специалистов в области «Связи с общественностью».

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний	2	3	4	10		
2	Социальная структура общества	2	3	4	10		
3	Личность и общество	2	4	5	10		
4	Программа и методы социологического исследования	2	4	5	10		
Итого часов: 72			14	18	40		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний	2	0,5	0,5	10		
2	Социальная структура общества	2	0,5	0,5	10		
3	Личность и общество	2	0,5	0,5	10		
4	Программа и методы социологического исследования	2	0,5	0,5	10		
Итого часов: 72			2	2	68		зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра Экономики и права

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.12 Основы экономики»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Профиль: Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
экономики и права

Протокол № 26 от «27» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
экономики и права
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
экономики и права
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
экономики и права
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составители: Пуков Роман Владимирович, преподаватель, кафедра экономики и права
Никулочкина Екатерина Жияншаевна, , преподаватель, кафедра экономики и права

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы экономики» - дать, студентам необходимые знания, умения и навыки, в том числе:

- знания места и роли экономической составляющей;
- умение проанализировать экономические аспекты, раскрыть социальные механизмы гарантированного осуществления финансового обеспечения;
- владение навыками самостоятельного рассмотрения источников бюджетного и внебюджетного финансирования.

2. Место дисциплины(модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Основы экономики» относится к обязательным дисциплинам базовой части ООП (ОПОП).

Основы экономики является одной из профилирующих дисциплин в системе подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Основы экономики как учебная дисциплина в системе подготовки студентов связана с дисциплинами учебного плана:

-в теоретико-методологическом направлении — с "Экономической теорией", "Экономикой рекреации и туризма";

-в направлении, обеспечивающем изучение количественных форм экономических явлений и процессов, — с "Математикой".

Указанные связи дисциплины " Основы экономики " дают студенту системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Федеральным Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности экономиста.

В дальнейшем знания, умения и навыки студентов, сформированные в процессе изучения Основ экономики, используются при выполнении учебно-исследовательских аналитических работ, курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	***Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений***	*2*		*2*
УК-2.1	*Знать:* базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов			
УК-2.2	*Уметь:* анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере	*2*		*2*
УК-2.3	*Владеть:* методами финансового планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике	*2*		*2*
ОПК-5	***Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования***			
ОПК-5.1	Знать базовые составляющие бюджетной и финансовой отчетности			
ОПК-5.2	Уметь распределять ресурсы с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности организации.			
ОПК-5.3	*Владеть* навыками составления бюджетной и финансовой отчетности			

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Современная экономика и экономическая наука.	**2**	2	4	6		
2	Общие проблемы экономического развития.	**2**	2	2	6		
3	Рынок и рыночная система, конкуренция.	**2**	2	4	6		
4	Отношения собственности	**2**	2	2	6		
5	Альтернативная стоимость	**2**	2	4	6		
6	Финансовая система. Бюджет.	**2**	2	2	6		
7	Безработица. Инфляция.	**2**	2	4	6		
8	Налоговая система.	**2**	2	2	6		
9	Кредитно-банковская система	**2**	2	2	6		
10	Экономический рост и циклические колебания макроэкономики.	**2**	2	2	6		
							зачёт
Итого часов:			**20**	**28**	**60**		**108**

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Современная экономика и экономическая наука.	**2**	0,2	0,4	10.2		
2	Общие проблемы экономического развития.	**2**	0,2	0,4	10.2		
3	Рынок и рыночная система, конкуренция.	**2**	0,2	0,4	10.2		
4	Отношения собственности	**2**	0,2	0,4	10.2		
5	Альтернативная стоимость	**2**	0,2	0,4	10.2		
6	Финансовая система. Бюджет.	**2**	02	0,4	10.2		
7	Безработица. Инфляция.	**2**	0,2	0,4	10.2		
8	Налоговая система.	**2**	0,2	0,4	10.2		
9	Кредитно-банковская система	**2**	0,2	0,4	10.2		
10	Экономический рост и циклические колебания макроэкономики.	**2**	0,2	0,4	10.2		
							зачёт
Итого часов:			**2**	**4**	**102**		**108**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине(модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине(модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины(модуля)).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине(модулю).

Промежуточной аттестацией по дисциплине Основы экономики является зачёт.

Перечень примерных контрольных вопросов к зачету :

1. Основные этапы развития экономической теории
2. Значение экономики как науки и её важнейшие школы
3. Состояние экономической теории на рубеже третьего тысячелетия
4. Предмет и метод экономической теории
5. Разделы (уровни) экономики. Теоретическая и прикладная экономика. Экономическая политика.
6. Методы экономической теории. Экономические категории и закон
7. Экономические системы. Блага. Потребности и экономический выбор
8. Классификация экономических систем
9. Общая характеристика экономических институтов
10 .Рынок. Спрос и предложение

11. Спрос: индивидуальный и рыночный. Факторы спроса и закон изменения. Эластичность спроса
12 .Предложение: факторы и закон его изменения. Эластичность предложения
13 .Равновесие спроса и предложения. Равновесная цена. Роль цены в экономике
14 .Поведение потребителя в рыночной экономике
15 .Равновесие потребителя. Эффект дохода и эффект замещения
16. Производство и фирма. Издержки, выручка и прибыль
17 . Фирма. Издержки производства и их виды
18 . Выручка и прибыль фирмы. Принцип максимизации прибыли.
19 . Конкуренция и рыночная власть. Антимонопольное регулирование
20 . Монополия и олигополия. Рыночная власть
21. Антимонопольное регулирование
22. Рынок труда. Заработная плата. Проблема занятности
23. Заработная плата в условиях совершенной и несовершенной конкуренции
24. Концепции занятности населения
25. Рынок капитала
26. Инвестиции. Внутренние и внешние источники инвестиционных ресурсов. Дисконтированная стоимость
27. Рынок земли. Рента
28. Роль государства в рыночной экономике
29. Национальная экономика в целом и её важнейшие показатели
30. Национальный доход. Располагаемый личный доход
31. Экономическая нестабильность национальной экономики: цикличность, безработица, инфляция
32. Инфляция: типы, причины, последствия
33. Макроэкономическое равновесие. Потребление. Сбережения. Инвестиции
34. Государственные расходы и налоги. Бюджетно – налоговая политика
35. Деньги и денежный рынок. Денежно – кредитная политика
36. Экономический рост и развитие
37. Международные экономические отношения. Внешняя торговля и валютный курс
38. Особенности переходной экономики России
39. Общие принципы бизнес-планирования
40.Экономический рост

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

1) Основная литература:

1. Мировая экономика и международный бизнес : практикум для студентов, обучающихся по специальности "Мировая экономика" : рек. УМО по образованию в обл. финансов, учета и мировой экономики / под общ. ред. проф. В.В. Полякова, проф. Р.К. Щенина. - 2-е изд., стер. - М.: Кнорус, 2013. - 398 с. Чернопятов, А. М. Экономика : учебник : [12+] / А. М. Чернопятов. – Москва :

Директ-Медиа, 2022. – 282 с. : ил., табл. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=683713
2. Гребенников, П. И. Экономика : учебник для вузов / П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 310 с. https://urait.ru/book/ekonomika-510412
3. Начинская, С.В. Основы экономики и менеджмента в сфере физической культуры и спорта : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению "Пед. образование" / С.В. Начинская. - М.: Academia, 2014. - 160 с.: табл.

б) Дополнительная литература:

1. Ахинов Г.А., Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора .М. Инфра-М 2008.
2. Россия в цифрах: Краткий статистический сборник / Госкомстат России. – М., 2006.
3. Россия и страны мира. – М.: ГКС РФ, 2006.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/
2. www.cbr.ru
3. http://www.lbiznes.ru/
4. http://www.malb.ru/zakon.html
5. http://economics.hse.ru/
6. http://constructor.binec.ru/block.aspx
7. http://www.worldbank.org
8. http://www.un.org/ru/business/
9. http://dsbb.imf.org/
10. http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

2) Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
3) Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных[1] и (или) групповых[2] консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

[1] Указываются при наличии курсовых работ по дисциплине (модулю)
[2] Указываются при наличии экзамена по дисциплине (модулю)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Основы экономики» Гуманитарного института для обучающихся 1 курса гуманитарного института направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль Спортивная реклама и PR очной/заочной формы обучения.

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Экономики и права.
Сроки изучения дисциплины: 2 семестр
Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачёт.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[3]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по разделу «Современная экономика и экономическая наука.»*	*29*	*10*
2	*Выполнение практического задания №1 по разделу «Альтернативная стоимость»*	*32*	*30*
3	*Контрольная работа по разделу «Рынок и рыночная система, конкуренция»*	*36*	*10*
4	*Презентация по теме «Безработица. Инфляция.»*	*40*	*10*
5	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*20*
	Дифференцированный зачёт		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по разделу «Современная экономика и экономическая наука»*	*10*
2	*Практическая работа №1. «Альтернативная стоимость»*	*30*
3	*Контрольная работа по разделу «Рынок и рыночная система, конкуренция»*	*10*

[3] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на заочной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу «Современная экономика и экономическая наука.»*		*10*
2	*Выполнение практического задания №1 по разделу «Альтернативная стоимость»*		*30*
3	*Контрольная работа по разделу «Рынок и рыночная система, конкуренция»*		*10*
4	*Презентация по теме «Безработица. Инфляция.»*		*10*
5	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*20*
	Дифференцированный зачёт		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу «Современная экономика и экономическая наука»*	*10*
2	*Практическая работа №1. «Альтернативная стоимость»*	*30*
3	*Контрольная работа по разделу «Рынок и рыночная система, конкуренция»*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Студенты, пропустившие занятия, выполняют дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов. Максимальное количество баллов - 50.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся дифференцированным зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра Экономики и права

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.12 Основы экономики»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Профиль: Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

2. Семестр освоения дисциплины: 2

3. Цель освоения дисциплины(модуля): выработка навыков целостного представления об экономической теории, как теоретической базе и практическом фундаменте современной науки управления развитием общества, ее функциях, составе и содержании методов обоснования принимаемых решений, определить сущность экономической составляющей; дать понимание экономических и финансовых основ.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	***Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений***	*2*		*2*
УК-2.1	*Знать:* базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов			
УК-2.2	*Уметь:* анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере	*2*		*2*
УК-2.3	*Владеть:* методами финансового планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике	*2*		*2*
ОПК-5	***Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и***			

	экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования			
ОПК-5.1	Знать			
ОПК-5.2	Уметь			
ОПК-5.3	*Владеть*			

5. Краткое содержание дисциплины:
Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Современная экономика и экономическая наука.	**2**	2	4	6		
2	Общие проблемы экономического развития.	**2**	2	2	6		
3	Рынок и рыночная система, конкуренция.	**2**	2	4	6		
4	Отношения собственности	**2**	2	2	6		
5	Альтернативная стоимость	**2**	2	4	6		
6	Финансовая система. Бюджет.	**2**	2	2	6		
7	Безработица. Инфляция.	**2**	2	4	6		
8	Налоговая система.	**2**	2	2	6		
9	Кредитно-банковская система	**2**	2	2	6		
10	Экономический рост и циклические колебания макроэкономики.	**2**	2	2	6		
							зачёт
Итого часов:			**20**	**28**	**60**		**108**

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Современная экономика и экономическая наука.	**2**	0,2	0,4	10.2		
2	Общие проблемы экономического развития.	**2**	0,2	0,4	10.2		
3	Рынок и рыночная система, конкуренция.	**2**	0,2	0,4	10.2		
4	Отношения собственности	**2**	0,2	0,4	10.2		
5	Альтернативная стоимость	**2**	0,2	0,4	10.2		
6	Финансовая система. Бюджет.	**2**	02	0,4	10.2		
7	Безработица. Инфляция.	**2**	0,2	0,4	10.2		
8	Налоговая система.	**2**	0,2	0,4	10.2		
9	Кредитно-банковская система	**2**	0,2	0,4	10.2		
10	Экономический рост и циклические колебания макроэкономики.	**2**	0,2	0,4	10.2		
							зачёт
Итого часов:			**2**	**4**	**102**		**108**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.13 Русский язык и культура речи»

Направление подготовки**: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль**: Спортивная реклама и ПР**

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная и заочная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____

Протокол № от « » 20 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____

Протокол № от « » 20 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____

Протокол № от « » 20 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____

Протокол № от « » 20 г.

Составители: Волкова М.С., кандидат педагогических наук, доцент
кафедры иностранных языков и лингвистики
Гордиенко В.Е., кандидат педагогических наук, доцент
кафедры иностранных языков и лингвистики

Рецензент:

_____

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Цель освоения дисциплины

Основная цель обучения – формирование высоконравственной интеллектуально развитой языковой личности, обладающей совокупностью способностей и свойств, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность – говорить, общаться, создавать устные и письменные речевые произведения, отвечающие цели и условиям коммуникации, извлекать информацию из текстов, воспринимать речь. Курс не только дает теоретические знания, но и учит применять их в практической деятельности студента в вузе, а также помогает развитию профессиональной компетентности будущего бакалавра по связям с общественностью.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2.Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина « Русский язык и культура речи» относится к циклу Б1.О.13

В современном мире большую роль играет информация в разных ее видах – книги, СМИ, Интернет. Поэтому очень важно уметь правильно понимать эту информацию, а также быть источником информации, доступной и понятной другим. Культура речи – это культура сознательного и грамотного пользования неисчерпаемой сокровищницей языка, культура корректного и эффективного речевого поведения. Свободное владение русским литературным языком, умение строить тексты разной функциональной принадлежности, умение общаться в наши дни становятся неотъемлемыми составляющими профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью, в том числе и в сфере физической культуры и спорта.

Содержательно – методическая взаимосвязь дисциплины прослеживается с изучением последующих дисциплин как базового блока, так и вариативного, входящих в программу обучения в бакалавриате, так как способствует расширению языковых знаний, умений и навыков по

различным видам речевой коммуникации в социально-культурной, учебно-научной и профессиональной сферах

Компетенции по дисциплине «Русский язык и культура речи» предполагают результаты, которые служат необходимыми и достаточными условиями сформированности продвинутого уровня владений речевой культурой, то есть знания, умения и навыки помогут студентам правильно, точно и выразительно передавать свои мысли средствами языка в различных ситуациях учебно-профессиональной деятельности и в повседневном общении.

Основные понятия данного курса рассматриваются в непосредственной связи с аналогичными понятиями таких дисциплин, как «Риторика», «Психология», «Педагогика», «Деловые коммуникации».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и

письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК -1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма	Очно-заочная	Заочная форма
1	3	5	6	7

УК-4	*Знать:* - систему современного русского языка; нормы словоупотребления; нормы русской грамматики; орфографические нормы современного русского языка; нормы пунктуации и их возможную вариантность; - литературный язык как особую высшую, обработанную форму общенародного (национального) языка: - специфику различных функционально-смысловых типов речи (описание, повествование, рассуждение), разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста. *Уметь:* – создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет. *Владеть:* - различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности; - технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности; - культурой речи.	*1*		*2*
ОПК-1	**Знать:** - принципы и основы стратегического развития сферы рекламы и PR; - типологию, принципы и технологии создания рекламного продукта и продукта в сфере PR; - принципы взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп: - законы планирования, управления и оценки в краткосрочной и долгосрочной перспективе. **Уметь:** - - использовать законы планирования и управления на уровне применения значительного объёма теоретических знаний в профессиональной сфере, работать в различных сложных условиях, в различных коллективах; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности; грамотно строить коммуникацию в повседневных	*1*		*1*

	и конфликтных ситуациях; - осуществлять мониторинг СМИ, социологические и маркетинговые исследования для грамотного прогнозирования деятельности коллектива и организации; - оценивать качество материалов для создания рекламного и PR-продукта; - оценивать принимаемые управленческие решения с правовых, морально-этических и нравственных позиций. **Владеть:** - технологиями создания рекламного продукта, PR-продвижения, а также формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - навыками организации, планирования и управления работой отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой социальной сфере в различных условиях и с различными производственными задачами на уровне, достаточном для решения сложных производственно-управленческих задач; - методиками мониторинга, SWAT-анализа, контент-анализа, а также использования результатов для прогностического и стратегического планирования работы; - вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в стандартных и нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии.			

4.Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 **зачетные единицы**, 72 часа

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Язык. Речь. Общение (Культура речи как наука и учебный предмет. Речевое взаимодействие в межличностных и общественных отношениях. Важнейшие разновидности национального русского	1	2	2	8	Устный опрос Доклады	

	языка. Литературный язык – основа культуры речи. Культура официальной переписки. Основные качества хорошей речи)						
2	Нормы современного русского литературного языка (Орфоэпическая норма. Морфологическая норма. Синтаксическая норма. Лексическая норма)		4	8	14	Тесты Контрольная работа	
3	Основы ораторского мастерства (Риторика как учебная дисциплина. Ораторская речь. Оратор как центральное понятие риторики. Общие требования к публичному выступлению. Логико-композиционное построение устной речи)		1	2	4	Доклады Устный опрос	
4	Звучащая речь и ее особенности (Овладение техникой речи. Речевые средства воздействия на слушателей. Механизмы порождения и восприятия речи и сознательное овладение способами ее подготовки и контроля)		1	2	2	Устный опрос	
5	Культура дискутивно-полемической речи (Спор. Дискуссия Полемика)		1	2	4	Устный опрос Доклады	
6	Культура делового общения (Деловое общение, его функции, виды и формы		1	4	4	Устный опрос Доклады	

	Речевая культура делового общения						
7	Устное публичное выступление (Подготовка к монологическому выступлению на заданную тему Анализ выступлений и их оценка)			2	2	Монологическое высказывание	
Итого часов:72			**10**	**22**	**40**		**Зачет**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Язык. Речь. Общение. Культура делового общения.	1	2		30	Доклады	
2	Нормы современного русского литературного языка	1		4	36	Контрольная работа	
Итого часов:72			**2**	**4**	**66**		**Зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Промежуточной аттестацией по дисциплине является зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Какова основная функция речевого общения?
2. Что такое речь? Как соотносятся язык и речь?
3. Какова структура речевого взаимодействия?
4. Назовите основные единицы речевого общения.
5. Охарактеризуйте текст как основную единицу речевого общения.
6. Что такое речевая ситуация и каково её влияние на речевое общение?
7. Охарактеризуйте речевое событие как интегральный компонент речевого общения.
8. От чего зависит эффективность общения.
9. Назовите основные принципы организации речевого взаимодействия и раскройте их содержание.
10. Каковы факторы, определяющие формирование речевого этикета?
11. Назовите типичные ситуации речевого этикета, соответствующие им формулы общения.
12. В каком случае употребляются формы общения на «ты», а в каком – на «Вы»?
13. Расскажите о важнейших разновидностях национального русского языка.
14. Расскажите об основных признаках литературного языка.
15. Что такое языковая норма? В чем проявляется диалектический характер нормы?

16. Назовите и охарактеризуйте функциональные стили (разновидности) современного русского литературного языка.

17. Расскажите о коммуникативных качествах речи (какими качествами должна обладать наша речь).

18. Дайте определение орфоэпической нормы. Что такое акцентологический вариант?

19. Какие варианты падежных окончаний имен существительных есть в русском языке?

20. Расскажите об особенностях употребления имен прилагательных в речи.

21. Расскажите об употреблении имен числительных в речи, о нормах сочетания собирательных числительных с именами существительными.

22. Расскажите об употреблении местоимений в речи.

23. Каковы основные нормы употребления форм глагола в речи? Перечислите наиболее типичные ошибки.

24. Какие речевые ошибки могут возникнуть в строе простого предложения?

25. Расскажите о нормах согласования сказуемого с подлежащим.

26. Расскажите о нормах согласования определения с определяемым словом.

27. Расскажите о нормах употребления причастных и деепричастных оборотов.

28. Расскажите об употреблении паронимов в речи.

29. Что называется лексической сочетаемостью слов? Приведите примеры.

30. В чем заключается избыточность речи?

31. Расскажите о пассивной лексике современного русского литературного языка.

32. Расскажите об употреблении в речи слов иноязычного происхождения.

33. Культура речи как наука и учебный предмет.

34. Роль культуры речи в профессиональной деятельности будущего специалиста в области физической культуры и спорта.

35. Расскажите о невербальных средствах общения.

36. Расскажите о (зонах) дистанциях общения.

37. Расскажите о риторике. Где, когда и почему риторика зародилась как наука? На знания каких наук опирается современная риторика?

38. Расскажите о вкладе античных ораторов в развитие риторики.

39. Назовите роды и виды ораторской речи.

40. Что мешает активно слушать и воспринимать сообщение?

41. Расскажите, почему устное выступление эффективнее письменного.

42. Расскажите, какими качествами должен обладать оратор.

43. Почему возрастает роль публичной речи в современном мире?

44. Каковы общие требования к публичному выступлению?

45. Назовите возможные позиции оратора в ходе публичного выступления.

46. Оратор и аудитория.

47. Расскажите о композиции речи.

48. Паузы в речи, виды пауз и их роль.

49. Расскажите о логической культуре оратора.

50. Расскажите об этической культуре оратора.

51. Расскажите о речевых средствах воздействия на слушателей.

52. Назовите мотивы слушания и типы слушателей.

53. Методы изложения и объяснения материала.

54. Расскажите о психологической культуре оратора.

55. Деловое общение, его функции, виды и формы.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1.Деловое общение, его функции, виды и формы.

2. Логическая культура делового общения.

3. Психологическая культура делового общения.

4. Этика делового общения.

5. Речевой этикет делового общения. Риторический инструментарий деловой речи.

6. Деловое общение руководителя.

7. Официально-деловой стиль речи.

8. Лексические особенности официально-делового стиля.

9. Морфологические особенности официально-делового стиля.

10. Синтаксические особенности официально-делового стиля.

11. Публичное выступление как форма делового общения.

12. Композиционное построение речи.

13. Приемы эффективного слушания.

14. Культура дискутивно-полемической речи. Спор. Дискуссия.

15. Культура дискутивно-полемической речи. Полемика.

16. Деловая беседа.

17. Особенности деловой беседы по телефону.

18. Деловое совещание.

19. Правила эффективных переговоров.

20. Культура официальной переписки. Язык и стиль документов.

21. Что такое документ? Назовите основные реквизиты документов.

22. Виды служебных документов.

23. Современные нормы деловой переписки.

24. Сетикет – этикет электронной почты.

25. Стилистические особенности речи делового человека.

26. Реклама в деловой речи. Языковые средства привлечения внимания.

27. Деловая речь и жаргон деловых людей.

28. Коммуникативный барьер и коммуникативная компетентность.

29. Профессиональное коммуникативное поведение и профессиональная коммуникативная личность.

ТЕМЫ ДЛЯ МОНОЛОГИЧЕСКОГО ВЫСКАЗЫВАНИЯ

1.Я чувствую себя счастливым, когда...

2.Я чувствую себя несчастливым, когда...

3.Мне становится страшно, когда...

4.Я испытываю отвращение, когда...

5.Мне бывает интересно, когда...

6.Меня удивляет, что...

7.Я сержусь (злюсь), когда...

8.Мне бывает стыдно, когда...

9.Моё обычное состояние - это...

10.Моё любимое занятие - это...

11.Мой любимый цвет - ...

12.Моя любимая погода -...

13.Моя любимая песня -...

14.Моя любимая книга -...

15.Мой любимый анекдот -...

16.Моя любимая передача ТВ -...

17.Моё любимое блюдо - ...

18.Главное в моей профессии - быть...

19.Мне нравятся люди, которые...

20.С детьми нужно стараться быть...

21.Я нравлюсь себе, когда я...

22.Мне бы хотелось измениться и стать более...

23. «Много говорить и много сказать не одно и то же» (Софокл).

24. «Заговори, чтоб я тебя увидел» (Сократ).

25. Каждый может ругать выстроенный дом, но не каждый может его построить. (Разверните пословицу в рассказ, докажите правильность заключённого смысла примером из жизни).

26. Охарактеризуйте процесс формирования специалистов в вузе по основным этапам учебного процесса (слушатель п/о, студент- -первокурсник, старшекурсник, практикант, выпускник, бакалавр, магистр). Используйте для высказывания опорную лексику (незрелый студент, школярство, серьёзные проблемы, туманное представление, сложный путь от первокурсника к выпускнику, научный багаж, применять на практике, достижение социальной зрелости и др.)

27. Охарактеризуйте оптимального студента по вашему представлению. Используйте опорную лексику: сознательно выбрать

профессию, быть увлечённым, научный поиск, широта интересов, быть убеждённым в правоте своих взглядов, высокая культура речи, стремление к совершенствованию...

28. Чем физическая культура отличается от спорта?
29. Чем спорт привлекает молодёжь?
30. Какое воздействие оказывает спорт на организм?
31. Как влияет на здоровье спорт высших достижений?
32. Какие виды спорта получили название национальных в нашей стране?
33. Расскажите о любимом виде спорта?
34. Какие виды спорта, по - вашему, относятся к рисковым?
35. Почему проблема здоровья имеет для спорта особое значение?
36. Что такое спорт высших достижений? Почему так важны данные спорта высших достижений?
37. Как вы думаете, какие профессиональные качества необходимы тренеру?
38. Что должен знать и уметь тренер (преподаватель физической культуры)?
39. Чему нужно учить детей: как правильно двигаться или как вести здоровый образ жизни?
40. Какими профессиональными и личностными качествами должен обладать эффективный тренер?
41. Что такое профессиональная педагогическая компетентность?

6.Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины

а) Основная литература

1. Петрякова, А.Г. Культура речи/ А.Г. Петрякова. – 3-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2016. – 488.:ил.- Библиогр. в кн.- ISBN 978-5-9765-2101-8; То же (Электронный ресурс).- URL: http:// biblioclub.ru/index php? page=book&id=79449

2. Трофимова Г.Т. Русский язык и культура речи: учеб. пособие / Г.Т. Трофимова; М-во спорта, туризма и молодежной политики РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования «Великолук. гос. акад. физ.культуры и спорта».- Великие Луки: (Изд-во ВЛГАФК), 2012. – 167с.: табл.

3. Боженкова, Р. К. Русский язык и культура речи : учебник / Р. К. Боженкова, Н. А. Боженкова, В. М. Шаклеин. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 608 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=83539

4. Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учеб. пособие для студентов нефилолог. фак. вузов: доп. М-вом образования РФ /Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – изд. 28-е – Ростов н/Д: Феникс, 2016. – 539 с.: табл.

5. Горовая, И.Г. Русский язык и культура речи/И.Г. Горовая; Министерство образования и науки Российской Федерации. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2015. – 146 с. - Библиогр. в кн.- ISBN 978-5-7410-1259-8; То же (Электронный ресурс).- URL: http:// biblioclub.ru/index php?page=book&id=364822

6. Пособие для самостоятельной работы по культуре речи и риторике: для студентов ФГБОУ РГУФКСМиТ (утв. и рек. ЭМС Гуманитар. ин-та ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ» / сост.: Волкова М.С., Гордиенко В.Е.; М-во спорта, туризма и молодежной политики РФ; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования «Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)». –М., 2012. – 234 с.

7. Пугачев, О.С. Русский язык и культура речи / Н.П. Пугачева; О.С. Пугачев .— Пенза : РИО ПГАУ, 2018 .— 104 с. https://lib.rucont.ru/efd/671342/info

8. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для вузов / В. Д. Черняк [и др.] ; под редакцией В. Д. Черняк. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. https://urait.ru/book/russkiy-yazyk-i-kultura-rechi-510790

9. Русский язык и культура речи: учебное пособие/ М.В. Невежина, Е.В. Шарохина, Е.Б. Михайлова и др. – Москва: Юнити-Дана,2015. – 351 с. - Библиогр. в кн.- ISBN 5-238-00860-0; То же (Электронный ресурс).- URL: http:// biblioclub.ru/index php?page=book&id=117759

10. Штрекер, Н.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов/Н.Ю. Штрекер. – Москва: Юнити-Дана,2015. – 351 с.: ил., схем. – (Cogito ergo sum)/ - Библиогр. в кн.- ISBN 978-5-238-02093-8; То же (Электронный ресурс).- URL: http:// biblioclub.ru/index php?page=book&id=446436

б) Дополнительная литература

1. Введенская Л.А. Риторика и культура речи: учеб. пособие для студентов вузов : рек. М-вом образования РФ / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Изд. 10-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д: Феникс, 2009.

2. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи: Учеб. пособие для студентов вузов по дисциплине ГСЭ.8 – Русский язык и культура речи: доп. М-ом образования РФ / И.Б. Голуб. – М.: Логос, 2009. – 431 с.

3. Гордиенко В.Е. Сборник упражнений по культуре речи: для студентов 1 курса РГУФКСИиТ / В.Е. Гордиенко, Л.М. Ишина, И.О. Глазунова; Рос. Гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма; Каф. филологии и спорт. журналистики. - М.: Физ. культура, 2008. – 60 с.

4. Ивин А.А. Риторика: искусство убеждать: учеб. пособие / Ивин А.А. – М,: Гранд-Фаир, 2003.

5. Руднев В.Н. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования: доп. М-вом образования и науки РФ / В.Н. Руднев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Кнорус, 2009.

6. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по сервис. специальностям: рек. Умо учеб. заведений РФ по образованию в обл. сервиса / под ред. О.Я. Гойхмана. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2009.

7. Ипполитова Н.А. Русский язык и культура речи: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по пед. спец. (ГСЭ.Ф.8 – русский язык и культура речи): Доп УМО /Н.А. Ипполитова, О.Ю. Князева, М.Р.Савова. – М.:Проспект, 2004. – 439 с.

8. Львов М.Р. Риторика. Культура речи: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по пед. спец. блок ГСЭ: рек. УМО по спец. пед. образования / М.Р.Львов. – М.:ACADEMIA, 2003. – 271 с.

9. Русский язык и культура речи: Учеб. для студентов вузов: рек. М–вом образования РФ / ред. Максимов В.И. 2-е изд., стереотип. - М.: Гардарики, 2004. – 413с.

г)Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. http://www.gramota.ru

2. http://www.slovari.ru

3. http://www.sokr.ru

4. http://www.megakm.ru/ojigov

5. http://www.ipmce.su/~igor/osn prav.htrml

6.http://www.rus.lseptember.ru

7. http://www.vedu.ru/ExpDic

8. http://www.gramma.ru

9. http://speakrus.narod.ru

10. http://www.slova.ru

11. http://urok.hut.ru/index.htm

12. http://www.odele.ru/edu/26.htm

13. http://www.rbr.narod.ru

14. http://rostest.runnet.ru

15. http://cultrechi.narod.ru

16. http://www.ritorica.info

17. http://www.master-ritor.ru

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных систем, в том числе международных реферативных баз данных научных изданий, используемых в РГУФКСМиТ на законных основаниях

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.

2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля). Материально-техническое обеспечение дисциплины «Русский язык и культура речи»

В библиотеке РГУФКСМиТ в наличии литература, указанная в данной программе. Кроме того, на кафедре иностранных языков и лингвистики имеются различные словари (орфоэпический, акцентологический, толковый, фразеологический, синонимов, антонимов, фразеологический, иностранных слов и др.).

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, самостоятельной работы, групповых и индивидуальных консультаций необходимо наличие аудиторий, оснащенных компьютерной техникой.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

*по дисциплине «***Б1.0.13 Русский язык и культура речи»** *для обучающихся* ***Гуманитарного*** *института первого курса направления подготовки* **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»** *профиля* **«Спортивная реклама и ПР»** *очной и заочной форм обучения*

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра иностранных языков и лингвистики
Сроки изучения дисциплины (модуля): 1 семестр
Форма промежуточной аттестации: ***зачет***

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]	Максимальное кол-во баллов
1	*Выполнение практических заданий на семинаре «Официально-деловая письменная речь». Устный опрос. Доклады*	*6 неделя*	*5*
2	*Выполнение практических заданий на семинаре «Орфоэпическая норма».Тест*	*7 неделя*	*5*
3	*Выполнение практических заданий на семинаре «Морфологическая норма». Тест*	*8 неделя*	*5*
4	*Выполнение практических заданий на семинаре «Синтаксическая норма». Тест*	*9 неделя*	*5*
5	*Выполнение практических заданий на семинаре «Лексическая норма»*	*10 неделя*	*5*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

6	*Выполнение практических заданий на семинаре «Лексическая норма».Тест.*	*11неделя*	*5*
7	*Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Основы ораторского мастерства» ,«Композиция речи. Речевые средства выразительности». « Техника речи. Методы изложения материала». Устный опрос. Доклады*	*12неделя*	*5*
8	*Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Деловое общение». Устный опрос. Доклады*	*13неделя*	*5*
9	*Выполнение практических заданий на семинаре по теме «Деловое общение». Устный опрос. Доклады*	*14неделя*	*5*
10	*Выполнение итоговой контрольной работы*	*15 неделя*	20
11	*Анализ монологических высказываний*	*16 неделя*	15
	Зачёт		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Заочная форма обучения

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]	Максимальное кол-во баллов
1	*Выполнение практических заданий на семинаре «Язык. Речь. Общение», «Деловое общение». Доклады*		*40*
2	*Выполнение практических заданий на семинаре «Нормы современного русского литературного языка». Тесты*		*40*

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	Зачёт		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выполнение практических заданий на семинаре «Официально-деловая письменная речь»*	*10*
2	*Выполнение практических заданий на семинаре «Орфоэпическая норма»*	*5*
3	*Выполнение практических заданий на семинаре «Морфологическая норма»*	*5*
4	*Выполнение практических заданий на семинаре «Синтаксическая норма»*	*5*
5	*Выполнение практических заданий на семинаре «Лексическая норма»*	*10*
6	*Презентация по теме «Роль культуры речи в профессиональной деятельности будущего специалиста в области физической культуры и спорта».*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы) «Русский язык и культура речи».

– Для обучающихся, пропустивших занятия, предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплине (модулю) «Русский язык и культура речи», завершающихся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое	2		3	4	5	

выражение оценки	Неудовлетворительно		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.13 « Русский язык и культура речи»

Направление подготовки**: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль: **Спортивная реклама и ПР**

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора - 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

2.Семестр(ы) освоения дисциплины - 1

3.Цель освоения дисциплины:

Основная цель обучения – формирование высоконравственной интеллектуально развитой языковой личности, обладающей совокупностью способностей и свойств, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность – говорить, общаться, создавать устные и письменные речевые произведения, отвечающие цели и условиям коммуникации, извлекать информацию из текстов, воспринимать речь. Курс не только дает теоретические знания, но и учит применять их в практической деятельности студента в вузе, а также помогает развитию профессиональной компетентности будущего бакалавра по связям с общественностью.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и

письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК -1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

5.Краткое содержание дисциплины:

Дневная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	

1	Язык. Речь. Общение	1	2	2	8	Устный опрос Доклады	
2	Нормы современного русского литературного языка		4	8	14	Тесты Контрольная работа	
3	Основы ораторского мастерства		1	2	4	Устный опрос Доклады	
4	Звучащая речь и ее особенности		1	2	6	Устный опрос	
5	Культура дискутивно-полемической речи		1	2	2	Устный опрос Доклады	
6	Культура делового общения		1	4	4	Устный опрос Доклады	
7	Устное публичное выступление			2	2	Монологическое высказывание	
Итого часов:72			**10**	**22**	**40**		**Зачет**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Язык. Речь. Общение. Культура делового общения.	1	2		30	Доклады	
2	Нормы современного русского литературного языка	1		4	36	Контрольная работа	
Итого часов:72			**2**	**4**	**66**		**Зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.14 «Зарубежная литература»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института гуманитарного_
Протокол № от « » _ __2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20_ г.

Составитель:
Капустина Юлия Александровна, старший преподаватель кафедры иностранных языков и лингвистики

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины (модуля) «Зарубежная литература» являются

формирование у студентов системы ориентирующих знаний о мировой литературе от античности до наших дней как о цельном социокультурном процессе; создание возможности использовать знание шедевров мировой литературы в профессиональной деятельности при подготовке рекламных и PR-проектов. Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Зарубежная литература» относится к базовой части цикла Б1, логически и содержательно соотносится с дисциплинами «Отечественная литература», «Русский язык и культура речи», «История», «История художественной культуры».

Для изучения дисциплины требуются знания, умения и готовности, сформированные в процессе освоения курса литературы в рамках стандарта среднего общего образования.

Дисциплина «Зарубежная литература» необходима для изучения как фундаментальных общетеоретических дисциплин, так и практических дисциплин профессионального цикла, таких как стилистика текста, теория и практика массовой информации, основы интегрированных коммуникаций, этикет делового общения, основы деятельности пресс-службы. Конечным этапом реализации компетенций УК-5 и ОПК-3, формируемых дисциплиной «Зарубежная литература», является Государственная итоговая аттестация.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-5	*Знать:* - специфику изучаемых этапов литературного развития различных стран в контексте культуры, о высших достижениях мировой литературы; - своеобразие изучаемого литературного периода в соотнесении его как с предшествующей, так и с последующей литературной эпохой; - историко-литературное значение произведений и потенциала их «актуализации» в современную эпоху	*2*		*2*
ОПК-3				

	Уметь: – формировать индивидуальное отношение к тексту; использовать полученные знания для развития своего творческого потенциала, уметь при подготовке профессиональных материалов использовать палитру разнообразных языковых изобразительно-выразительных средств и пр.	*2*		*2*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет __2____ **зачетные единицы**, _72_____ **академических часа**.

_Очная_____ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Античная и средневековая западноевропейская литература**	**2**	**2**	**5**	**8**		
2	**Западноевропейская литература Возрождения и XVII в.**	**2**	**2**	**5**	**8**		
3	**Западноевропейская литература XVIII и первой половины XIX века**	**2**	**3**	**6**	**12**		
4	**Западноевропейская литература второй половины XIX - начала XXI века**	**2**	**3**	**6**	**12**		**зачет**
Итого часов:							**72**

Заочная__ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Античная и средневековая западноевропейская литература**	**2**	**1**		**15**		
2	**Западноевропейская литература Возрождения и XVII в.**	**2**	**1**		**15**		
3	**Западноевропейская литература XVIII и первой половины XIX века**	**2**		**2**	**18**		
4	**Западноевропейская литература второй половины XIX - начала XXI века**	**2**		**2**	**18**		
							зачет
Итого часов:							**72**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Содержание зачетных требований для студентов во II семестре очной и заочной форм обучения:

Вопросы для устного ответа:

1. Мифологическое сознание, его трансформация в процессе исторического развития. Эволюция мифологических представлений
2. Историческая Троя и Троя Гомера (историческая и мифологическая основа поэм). Отражение в поэмах Гомера черт родоплеменного строя и эпохи восхождения рабовладельческой цивилизации. Характеры эпических героев в поэмах Гомера (Ахилл, Патрокл, Агамемнон, Гектор, Парис, Одиссей).
3. Возникновение лирики. Основные разновидности древнегреческого мелоса и его представители. Сольная поэзия Сапфо, Алкея, Анакреонта. Анакреонтика последующих эпох.

4. Истоки происхождения трагедии. Структура трагедии. Устройство театра и театральных представлений в Греции. Мифы о родовом проклятии в древнегреческой драматургии. Трагедия страстно любящей женщины у Еврипида - новая постановка вопроса.

5. Возникновение и развитие античной комедии (Аристофан, Менандр, Плавт) - проблематика, структура, маски.

6. Проблематика и жанровая структура древнегреческой литературы эпохи эллинизма, ее историческая обусловленность.

7. Идеологическая и мифологическая основа поэмы Вергилия «Энеида». Тематика поэмы: прославление Августа и империи, обоснование божественности власти, историческая миссия Рима.

8. Пропаганда морали стоицизма в трагедиях Сенеки, новое прочтение мифов («Медея», «Федра»).

9. Мистико-нравоучительный смысл истории Луция в романе Апулея «Метаморфозы, или Золотой осел». Философский смысл вставной новеллы об Амуре и Психее.

10. Переход от античности к христианству. Латинская литература: Аврелий Августин (проповедь аскетизма, учение о граде божьем). Каролингское Возрождение.

11. Исландский эпос: «Старшая Эдда», «Младшая Эдда» Снорри Стурлусона. Отражение истории и культуры скандинавских народов в сагах. Тема гибели богов.

12. Национальный героический эпос Средневековья, социально-исторические предпосылки возникновения, обусловленность характеров.

13. Немецкий героический эпос «Песнь о Нибелунгах», отражение в эпосе элементов дохристианского мифологического сознания (древний пласт) и феодально-рыцарского сознания автора.

14. История и вымысел в «Песни о Роланде» и «Песни о Сиде».

15. Куртуазия (формирование рыцарской культуры). Морально-этический рыцарский кодекс и его отражение в провансальской лирике трубадуров.

16. Тематическое и жанровое своеобразие провансальской поэзии трубадуров. Формирование авторского начала. (Бернард де Вентадорн, Бертран де Борн, Джеффри Рюдель)

17. Истоки возникновения рыцарского романа, отличие рыцарского романа от героического эпоса. Типология рыцарского средневекового романа. Средневековый рыцарский роман о нравственном совершенстве (романы о Граале и о рыцарях Круглого стола). «Парцифаль» Вольфрама фон Эшенбаха.

18. «Тристан и Изольда». Проблема Судьбы и морали.

19. Поэтическое новаторство творчества Ф. Вийона. Развитие жанра баллады. Маргинальность Вийона, ее отражение в творчестве.

20. «Новая жизнь» Данте как первая европейская художественная биография. Композиция и художественные особенности книги, образ Беатриче.

21. «Божественная комедия» Данте как синтез средневекового мировоззрения и как предвестие Возрождения: аллегоричность и символичность, формирование нового взгляда на человека. Замысел, проблема жанра, роль мистических чисел в композиции и строфике.

22. Отражение в литературе перехода от Средневековья к Ренессансу (на примере литературных произведений по выбору).

23. Петрарка и Боккаччо - люди новой эпохи (на примере их творчества: новая тематика, проблематика, герои).

24. История создания «Писем темных людей», образцы общественно-политической и антиклерикальной сатиры.

25. Рабле «Гаргантюа и Пантагрюэль» - новая педагогическая система и первая социальная утопия (Телемская обитель).

26. Герой эпохи Возрождения в трагедиях Шекспира (Ромео и Джульетта, Отелло, Гамлет).

27. Историческая обусловленность возвышенной иронии образа рыцаря Печального образа у Сервантеса. Литературная антитеза «СанчоПанса - Дон Кихот» - последователи и параллели.

28. Формирование жанра социальной утопии (Рабле «Гаргантюа и Пантагрюэль» (Телемская обитель), Томас Мор «Утопия», Томазо Кампанелла «Город Солнца»).

29. Основные литературные направления XYII века - ренессансный реализм, барокко, классицизм (на примере произведений одной из национальных литератур).

30. Классицизм в западноевропейской и русской литературе: сходство и различие.

31. Основные принципы классицистической драматургии. «Сид» Корнеля - первое великое произведение французского классицизма: особенности конфликта, образов, композиции.

32. Ж.-Б. Мольер - великий реформатор комедии. Судьба комедии «Тартюф». Образ Тартюфа как типический характер эпохи абсолютизма. Отражение социальных противоречий эпохи абсолютизма в комедии Мольера «Мещанин во дворянстве».

33. Литература Просвещения - новая философия, новые герои, новые жанры.

34. Английское Просвещение: социальная и педагогическая направленность романа Д. Дефо, памфлетно-аллегорическое изображение действительности Дж. Свифтом.

35. Сентиментализм: основная тематика, проблематика произведений, новый герой (Стерн, Ричардсон). «Страдания юного Вертера» Гете.

36. Народные мотивы в лирике Р. Бёрнса.

37. Французское Просвещение: философские повести Вольтера, теория «естественного человека» в творчестве Руссо, «Энциклопедия» Дидро.

38. Идеи Просвещения и Предромантизма в творчестве Шиллера («Разбойники», «Коварство и любовь»). Герой Шиллера как типичный представитель «Бури и натиска».

39. Романтические баллады Шиллера.

40. Особенности замысла и композиции поэмы Гете «Фауст». Роль Прологов. Философский смысл поэмы. Нравственные искания смысла жизни доктора Фауста.

41. Итальянская комедия дель арте: особенности образов-масок, роль импровизации (творческие разногласия Гоцци и Гольдони).

42. Исторические, политические и философские истоки романтизма начала 19 века. Основные черты метода и жанры романтизма. Романтический гротеск и романтическая ирония.

43. Двоемирие и романтический гротеск в творчестве Гофмана («Золотой горшок», «Крошка Цахес»).

44. «Озерная школа» в Англии; мир как борьба враждующих сил в «Старом моряке» Кольриджа, «Нас семеро» Вордсворта.

45. Жанровые черты поэмы «Путешествие Чайльд-Гарольда» Байрона. Концепция личности байроновского героя.

46. «Собор Парижской Богоматери» В.Гюго: композиция, система образов, особенности романтизма.

47. Роль романтизма в развитии литературы США, связь с процессом становления американского самосознания. Основные представители американского романтизма. Индейская тема и ее трактовка в романтической литературе США (Дж. Ф. Купер и Г. У. Лонгфелло).

48. Специфика двоемирия американского романтизма (по новеллам Э. По): сочетание полета фантазии с практицизмом.

49. Модернизм: М. Пруст, Дж. Джойс, В. Вульф, Ф. Кафка (на примере творчества одного писателя по выбору).

50. Литературный процесс на рубеже XIX-XX веков. Особенности критического реализма начала XX века.

51. Натурализм (Э. Золя, А. Франс), символизм (П. Верлен, А. Рембо), неоромантизм (Киплинг, Р.Л. Стивенсон, А. Конан-Дойль), эстетизм (О. Уайльд).

52. Антиутопии XX века (О. Хаксли, Дж. Оруэлл) и «массовая культура».

53. Основные мотивы и символика романа Сэлинджера «Над пропастью во ржи».

54. «Магический реализм» и «необарокко» в творчестве писателей Латинской Америки XX века: Г. Маркес.

55. Отражение культуры средневековья в романе У.Эко «Имя розы».

Творческое задание.

Темы индивидуальных творческих заданий (на выбор):

1. Создать оригинальный художественный текст определенного жанра, изученного в ходе курса «Зарубежная литература». В тексте должны быть сохранены главные особенности, присущие данному литературному жанру. В качестве примеров разных жанров предлагаются, например, **притча, путевые заметки, «поток сознания», баллада, басня, новелла, сонет, антиутопия, волшебная сказка**.

2. Создать на произвольную тему небольшой художественный текст / отрывок из художественного текста, в котором были бы сохранены главные **особенности творческой манеры знаменитого западноевропейского или американского писателя XX века**.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) **Основная литература:**

1. Галустова, О. В. Зарубежная литература : учебное пособие : [16+] / О. В. Галустова. – Москва : А-Приор, 2011. – 143 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=72700
2. История западно-европейской литературы. Средние века и возрождение. : Учеб.для студентов филолог. спец. вузов / Алексеев М.П., Жирмунский В.М., Мокульский С.С., Смирнов А.А. - 5-е изд., испр. и доп. - М.: Высш. шк., 2000. - 462 с.: ил.
3. Лосев А.Ф. Античная литература : Учеб.для высш. шк. / Лосев А.Ф.; ред. Тахо-Годи А.А. - 6-е изд. испр. - М.; Минск: ЧеРо: Асар, 2001. - 542 с.: ил.
4. Луков В.А. История литературы : Зарубеж. лит.от истоков до наших дней : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Культурология" : доп. М-вом образования РФ / В.А. Луков ; Международ. акад. наук пед. образования. - 5-е изд., стер. - М.: Academia, 2008. - 511 с.
5. Уткина Е.Л. История зарубежной литературы 17 века : курс лекций для студентов РГУФКСиТ : [рек. Эксперт.-метод. советом РГУФКСиТ] / [Е.Л. Уткина] ; Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. - М.: [Физ. культура], 2008. - 124 с.: ил.

б) Дополнительная литература

1. Античная литература. Рим : Хрестоматия: Учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. Филология: Доп. М-вом образования РФ / сост. Федоров Н.А., Мирошенкова В.И. - 4-е изд. - М.: Высш. шк., 2003. - 720 с.
2. Погребная Я.В. История зарубежной литературы. Эпоха Возрождения: учебное пособие-практикум / Я.В.Погребная; Мин. обр. и науки РФ. – Ставрополь: СКФУ, 2014. – 276 с. – То же электронный ресурс. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page$id=457571
3.Хрестоматия по литературе средневековья. Т. 1. - М.: Азбука - классика, 2003. - 536 с.

4. Хрестоматия по литературе средневековья. Т. 2. - М.: Азбука - классика, 2003. - 632 с.

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Зарубежная литература» для обучающихся Гуманитарного института___1___курса, направления подготовки/ специальности__42.03.01 Реклама и связи с общественностью_ направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR» _очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: _ **Кафедра иностранных языков и лингвистики, главный корпус, ауд.509.** e-mail: sportedu.ru

Сроки изучения дисциплины (модуля): 2 семестр

Форма промежуточной аттестации: 2 сем. - *зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**[1]	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выступление на семинарах по темам:* *№ 1 «Древнегреческая трагедия и древнеаттическая комедия»* № 2. *«Средневековый роман. Роман о Тристане и Изольде»* № 3. *Сервантес и Шекспир – два великих гуманиста* № 4. *«Трагедия классицизма».* № 5. *«Мольер – великий реформатор комедии».* № 6. *Европейский роман эпохи Просвещения. Дефо и Свифт.* № 7. *Замысел и композиция «Фауста» Гете.* № 8. *Западноевропейский романтизм.* № 9. *Западноевропейский реализм.* № 10. *Модернистский роман.* № 11. *У.Эко, «Имя розы»: тема средневековья.*	*28 неделя* *29 неделя* *30 неделя* *31 неделя* *32 неделя* *33 неделя* *34 неделя* *35 неделя* *36 неделя* *37 неделя* *38 неделя*	*4* *4* *4* *4* *4* *4* *4* *4* *4* *4* *4*
2	*Написание реферата на предложенную тему*	*34 неделя*	*5*
3	*Защита докладов на семинарских занятиях* *Семинар:* «Средневековый роман. Роман о Тристане и Изольде». *Защита доклада на тему:* Средневековый роман и	*29 неделя*	*5*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	героический эпос. Циклы средневековых рыцарских романов. Роман Эшенбаха «Парцифаль». Философский смысл и символика образа Грааля.		
4	*Тесты по темам: «Античная литература», «Литература Возрождения»*	*29 неделя* *31 неделя*	*5* *5*
5	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*16*
	зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Заочная форма

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выступление на семинарах по темам:* *№ 1.* Западноевропейская литература XVIII и первой половины XIX века № 2. Западноевропейская литература второй половины XIX - начала XXI века		*20* *20*
2	*Написание реферата на предложенную тему*		*15*
3	*Защита докладов на семинарских занятиях* *Семинар:* «Западноевропейская литература XVIII и первой половины XIX века». *Защита доклада на тему:* Западноевропейское Просвещение: идеи, представители, произведения. Западноевропейский роман эпохи Просвещения. Сентиментальная литература. Романтизм в Западной Европе. Зарождение западноевропейского реализма.		*15*
4	*Тест по теме «*Западноевропейская литература XIX в.*»*		*10*
	зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выполнение контрольной работы по разделу «*Западноевропейская литература XVIII и первой половины XIX века*», пропущенному студентом*	*15*
3	*Выполнение контрольной работы по разделу «*Западноевропейская	*15*

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	литература второй половины XIX - начала XXI века*», пропущенному студентом*	
4	*Выполнение тестов по разделу «*Западноевропейская литература XVIII и первой половины XIX века*», пропущенному студентом*	*15*
5	*Выполнение тестов по разделу «*Западноевропейская литература второй половины XIX - начала XXI века*», пропущенному студентом*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.14 Зарубежная литература

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018__г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет *2* зачетные единицы.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля):
2 семестр

3. Цель освоения дисциплины (модуля): Целями освоения дисциплины являются формирование у студентов системы ориентирующих знаний о мировой литературе от античности до наших дней как о цельном социокультурном процессе; создание возможности использовать знание шедевров мировой литературы в профессиональной деятельности при подготовке рекламных и PR-проектов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать специфику изучаемых этапов литературного развития различных стран в контексте культуры, о высших достижениях мировой литературы; своеобразие изучаемого литературного периода в соотнесении его как с предшествующей, так и с последующей литературной эпохой; историко-литературное значение произведений и потенциала их «актуализации» в современную эпоху (УК-5).

Владеть основами проблемного анализа; навыками чтения и конспектирования необходимой литературы, работы с исследовательской литературой, учебными пособиями, словарями-справочниками. (ОПК-3)

Уметь формировать индивидуальное отношение к тексту; использовать полученные знания для развития своего творческого потенциала, уметь при подготовке профессиональных материалов использовать палитру разнообразных языковых изобразительно-выразительных средств и пр. (ОПК-3)

4. Краткое содержание дисциплины (модуля):
_Очная___ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Античная и средневековая западноевропейская литература**	**2**	**2**	**5**	**8**		
2	**Западноевропейская литература Возрождения и XVII в.**	**2**	**2**	**5**	**8**		
3	**Западноевропейская литература XVIII и первой половины XIX века**	**2**	**3**	**6**	**12**		
4	**Западноевропейская литература второй половины XIX - начала XXI века**	**2**	**3**	**6**	**12**		**зачет**
Итого часов:							**72**

Заочная__ форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Античная и средневековая западноевропейская литература**	**2**	**1**		**15**		
2	**Западноевропейская литература Возрождения и XVII в.**	**2**	**1**		**15**		
3	**Западноевропейская литература XVIII и первой половины XIX века**	**2**		**2**	**18**		
4	**Западноевропейская литература второй половины XIX - начала XXI века**	**2**		**2**	**18**		
							зачет
Итого часов:							**72**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.15 История художественной культуры»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института Гуманитарного

Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол №29 от «05» июня 2019 г.

Составитель:
Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент:

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) Б1.О.15 «История художественной культуры» является формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании всемирной истории художественной культуры, как вида исторического процесса в динамике ее развития. Это подразумевает изучение и анализ смен исторических культур, стилей, движение мировоззренческих принципов, воплощенных в художественных образах; культурных и религиозных памятниках для воспитания духовно-нравственной образованной в культурном отношении личности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR». Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 (Б1.О).

Дисциплина определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании всемирной истории художественной культуры и искусства.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.
- Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла, а также профессионального цикла.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных курсов: «История», «Философия», Набор планируемых знаний и умений, состоит в понимании атрибутов, истории художественной культуры, представления об основных закономерностях функционирования культуры и искусства в общей системе человеческой культуры, а также знания основных подходов к изучению сферы культуры и искусства как формы бытия духовного поля и художественно-эстетического воспитания человечества.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин: «Теория коммуникаций», «Социокультурная антропология», «Зарубежная литература», «Теория и практика массовой информации», «Отечественная литература», «Культурология».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компете	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)

нции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	___ форма ___ обучения (ускоренное обучение)[1]
1	2	3	4	5
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	1-2	1-2	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	1-2	1-2	
УК-5.5	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	1-2	1-2	
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов				
ОПК-3.1.	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	1-2	1-2	
ОПК-3.2.	Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	1-2	1-2	
ОПК-3.3.	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	1-2	1-2	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 **зачетные единицы**, 144 **академических часа**.

Очная форма обучения 1 семестр.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятел-	Контроль	
1	Раздел I. Культура и искусство Древнего мира.	**1**	**4**	**8**	**10**		
2	Раздел II. Искусство Средневековья.	**1**	**4**	**8**	**11**		
3	Раздел III. Искусство эпохи Возрождения.	**1**	**2**	**6**	**10**		
Итого часов:			**10**	**22**	**31**		**Экзамен**

Очная форма обучения 2 семестр

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятел-**	**Контроль**	
1	Раздел IV. Искусство Нового времени.	**2**	**4**	**10**	**15**		
2	Раздел V. Искусство XIX – XXI веков.	**2**	**6**	**12**	**16**		
Итого часов:			**10**	**22**	**31**		**Экзамен**

Заочная форма обучения 1 семестр

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятел-**	**Контроль**	
1	Раздел I. Культура и искусство Древнего мира.	**1**	**1**	**2**	**20**		
2	Раздел II. Искусство Средневековья.	**1**	**2**	**2**	**23**		

3	Раздел III. Искусство эпохи Возрождения.	**1**	**1**	**2**	**10**		
Итого часов:			**4**	**6**	**53**		**Экзамен**

Заочная форма обучения 2 семестр

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятел-**	**Контроль**	
1	Раздел IV. Искусство Нового времени.	**2**	**2**	**2**	**25**		
2	Раздел V. Искусство XIX – XXI веков.	**2**	**2**	**2**	**30**		
Итого часов:			**4**	**4**	**55**		**Экзамен**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). 1 семестр - **экзамен**
2 - семестр **- экзамен**

Вопросы к экзамену для 1 семестра.

1. Характерные черты искусства палеолита.
2. Характерные черты искусства мезолита.
3. Характерные черты искусства неолита.
4. Синкретизм первобытного искусства.
5. Наскальная живопись в эпоху первобытности.
6. Древнейшие сооружения первобытного человека.
7. Особенности древнеегипетской художественной культуры.
8. Рельефы и живописные композиции древних египтян.
9. Архитектура Древнего Египта.
10. Особенности художественной культуры Античности.
11. Достижения древнегреческой архитектуры.
12. Основные этапы развития древнегреческой скульптуры.
13. Древнеримская архитектура и шедевры.
14. Римский скульптурный портрет.

15. Музыкальная культура Древней Греции.
16. Театр в художественной культуре Античности.
17. Особенности развития художественной культуры Византии (достижения художественной культуры и шедевры).
18. Особенности развития средневекового искусства Западной Европы.
19. Характеристика романского и готического стилей.
20. Витражное искусство.
21. Средневековый фарс.
22. Древнерусское искусство.
23. Особенности архитектуры Древней Руси.
24. Общая характеристика изобразительного искусства на Руси X-XVI веков.
25. Архитектура и скульптура в эпоху Возрождения.
26. Основные этапы развития искусства в эпоху Возрождения.
27. Северное Возрождение.
28. Итальянская комедия "Дель Арте" и театр Шекспира.

Вопросы к экзамену для 2 семестра.

1. Основные художественные направления в искусстве XVII-XVIII веков.
2. Классическая музыка XVIII века.
3. Романтизм в искусстве XIX века.
4. Реализм в искусстве XIX века.
5. Импрессионизм в художественной культуре XIX века.
6. Критический реализм в литературе XIX века.
7. Русская художественная культура XVIII века.
8. Русская музыкальная культура XVIII века.
9. Художественная культура России первой половины XIX века.
10. "Золотой век" русской культуры.
11. Русская музыка XIX века.
12. "Передвижники".
13. Художественная культура "серебряного века" в России.
14. Модернизм как художественное явление XX века.
15. Постмодернизм в художественной культуре.
16. Массовая культура и ее специфика.
17. Художественная культура социалистической России.
18. Искусство военных и послевоенных лет в СССР.
19. Основные тенденции развития современного искусства.
20. История зарубежного кинематографа.
21. Немое кино.
22. Рождение советского кинематографа
23.Экспрессионизм
24.Жанры кинематографа.
25. Арт-нуво
26. Сюрреализм
27. История джаза.
28. Истоки мюзикла.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Гнедич П.П. История искусства. М.: ЭКСМО, 2005.
2. Гомбрих Э. История искусства/Эрнст Гомбрих. – М.:(Искусство-21в.) 2014. 688с.:ил.
3. Горелова Е.И. История мировой культуры: лекции по дисциплине: учеб. Пособие для студентов вузов физ.культуры, обучающихся по специальностям (032101, 032102, 080507)/ Е.И.Горелова; ФГБОУ «Моск. Гос. акад.физ.культуры», каф. Философии, истории и соц. Наук. – Малаховка: (Изд-во МГАФК), 2012, 255с.
4. Золкин А.Л. Эстетика: учеб. Для студентов вузов, обуч. по гуманитар.-соц. Специальностям: рек. Мин-вом образования РФ: рек. УМЦ «Проф учеб.»/ А.Л.Золкин. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 447с.
5. Ильина Т.В. История искусств Западной Европы. - М., 1983, 2000.
6. Ильина Т.В. История искусств. Отечественное искусство. - М., 2000.
7. Никитина И.П. Философия искусства: учеб. Пособие для студентов гуманитар. Направлений и специальностей вузов России: рек. Научно-метод. Советом по философии Министерства образования и науки РФ/ И.П.Никитина. – 2-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2010. – 559с.
8. Русское и советское искусство, для специальности журналистика. - М., 1989.
9. Садохин А.П. Мировая художественная культура : учеб. для студентов вузов : рек. М-вом образования РФ : рек. УМЦ "Проф. учеб." / А.П. Садохин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити, 2009. - 495 с.: ил.
10. Садохин, А. П. Мировая художественная культура : учебник / А. П. Садохин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 496 с.: ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684972
11. Соколова М.В. Мировая культура и искусство: учеб. Пособие для студентов вузв. М.: Академия, 2007

б) Дополнительная литература:

1. Авдеев В. И. История Древнего Востока. - М., 1969.
2. Базен Ж. История истории искусства. От Вазари до наших дней. -М., 1995.
3. Брей У., Трамп Д. Археологический словарь. - М., 1990.
4. Всеобщая история искусства. Тт. 1 - 4. - М., 1956.
5. Гомбрих Х. История искусства. - М., 1998.
6. Зубов А. Б. История религии. Книга 1. - М., 1997.
7. История зарубежного искусства. Под редакцией М.Т. Кузьминой и Н. Л. Мальцевой. - М., 1971.
8. Лаевская Э. Л. Мир мегалитов и мир керамики. - М., 1997.
9. Матье М. Э. Искусство Древнего Египта. - М., 1970.
10. Художественные модели мироздания, под редакцией В. П. Толстого. Тт. 1 -2. - М,, 1997.
11. Янсон Х. Ф. и Э. Ф. Основы истории искусств. - Спб., 1996.
12. Всеобщая история архитектуры. - М., 1973. - т. 2. Архитектура античного мира.
13. Всеобщая история искусства. - М., 1956. - т. 1. Искусство древнего мира.
14. Дмитриева Н.А., Акимова Л.И. Античное искусство. Очерки. - М., 1988.
15. Жизнь мифа в античности. Сб. статей. - М., 1988.
16. Культура и искусство античного мира. Сб. статей. - М., 1980.
17. Неверов О.Я. Культура и искусство античного мира. - Л., 1981.
18. Образ-смысл в античной культуре. Сб. статей. - М., 1990.
19. Ривкин Б.И. Античное искусство. Серия "Малая история искусств". - М., 1988.
20. Словарь античности. Сост. Й. Ирмшер, Р. Ионе. - М., 1992.
21. Шрамкова Г.И. Искусство античного мира. - М., 1993.

22. Алпатов М.В. Художественные проблемы искусства Древней Греции. -М., 1987.
23. Античная скульптура: из собрания ГМИИ. Авт. вступ. статьи Акимова Л.И. - М., 1987.
24. Бритова Н.Н. Греческая терракота. - М., 1969.
25. Виппер Б.Р. Искусство Древней Греции. - М., 1972.
26. Колобова К.М. Древний город Афины и его памятники. - Л., 1961
27. Колпинский Ю.Д. Искусство Эгейского мира Древней Греции. Серия "Памятники мирового искусства". - М., 1970.
28. Колпинский Ю.Д. Великое наследие античной Эллады и его значение для современности. - М., 1977.
29. Михайлов В.П. Витрувий и Эллада. Основы античной теории архитектуры. - М., 1967.
30. Вазари Д. «Жизнеописание наиболее знаменитых живописцев, ваятелей и зодчих», любое издание.
31. Дживилегов А.К. «Начало итальянского возрождения», любое издание.
32. Муратов П.П. «Образы Италии», любое издание.
33. Лосев А.Ф. «Эстетика возрождения», любое издание.
34. Баткин Л.М. «Итальянское возрождение: проблемы и люди», любое издание.
35. Гнедич П.П. «Всемирная история искусства», любое издание.
36. Арган Дж.К. «История итальянского искусства», любое издание.
37. Лихачев Д.С. «Русское искусство от древности до авангарда», любое издание.
38. Бычков В.В. Русская средневековая эстетика XI-XVII вв., любое издание.
39. Успенский Л.А. Богословие иконы и православной церкви, любое издание.
40. Успенский Б.А. Избранные произведения, М., 1996.
41. Флоренский П.А. Иконостас, любое издание.
42. Трубецкой Е. Три очерка о русской иконе, любое издание.
43. Панченко А. М. О русской истории и культуре, любое издание.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

http://iriney.vinchi.ru
http://Lib.eparhia электронная библиотека.
http://religion.historic.ru
Официальный сайт Русского музея - http://www.rusmuseum.ru
http://www. gif. ru/GIF.RU — Искусство России
http: //www. gif. ru/azbuka/ АРТ-АЗБУКА: словарь современного искусства
http://www. museum. ru/ «Музеи России»
http://www. museum. ru/gmii Государственный Музей Изобразительных Искусств им. А. С. Пушкина
http://www. guelman. ru/ maksimka/ «Максимка» — журнал реального искусства

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

Приложение к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **«Б1.О.15 История художественной культуры»** для обучающихся Гуманитарного института 1 курса, направления подготовки/специальности: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленности (профилю): «Спортивная реклама и PR»,** бакалавриат, форма обучения: очная и заочная

год набора 2019

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): для очной и заочной формы обучения: 1 и 2 семестры.
Форма промежуточной аттестации для очной и заочной формы обучения:
1 семестр – *экзамен;*
2 семестре – *экзамен.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Для очной формы обучения
1 семестр

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу*: «Искусство Древнего мира».	2 неделя	10
2	*Презентации по теме: «*Загадки искусства Древнего Египта»	4	10
3	*Доклады* по теме: «Искусство Древней Греции и Древнего Рима»	6	10
4	*Выступление на семинаре:* «Искусство Средних веков».	8	10
5	*Выполнение практического задания* №1 по разделу: «Гуманизм в искусстве Ренессанса».	10	10
6	*Написание реферата по выбранной теме*	*В течение семестра*	15
7	Посещение занятий	*В течение семестра*	5
	экзамен		**30**
	ИТОГО:		100 баллов

Для очной формы обучения
2 семестр

№	Форма оценочного средства текущего контроля	Сроки	Максимальное

	успеваемости	проведения на очной форме обучения (в неделях)	кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу*: «классицизм» и «барокко».	3 неделя	10
2	*Доклады* по теме: «Влияние на искусство идей эпохи Просвещения»	5	10
3	*Выступление на семинаре:* «Противостояние классицизма и романтизма».	6	10
4	*Выполнение практического задания* по теме: «Модернизм в США»	8	10
5	Подготовка презентаций по теме: «Русский авангард»	5	10
6	Сравнительный анализ: «Развитие кинематографа: зарубежный и отечественный опыт».	10	15
7	Посещение занятий	В течение семестра	5
	экзамен		**30**
	ИТОГО:		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу*: «Искусство Древнего мира»	5
3	*Выступление на семинаре:* «Искусство Средних веков».	10
4	*Подготовка доклада: «*Гуманизм в искусстве Ренессанса»	5
5	*Контрольная работа по теме*: «Русское искусство 16-19 вв».	5
6	*Написание реферата по теме*: «Модернизм в США»	15
7	*Презентация по теме: «*Искусство Нового времени»	10

Для заочной формы обучения
1 семестр

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу*: «Искусство Древнего мира».	2 неделя	10
2	*Презентации по теме: «*Загадки искусства Древнего Египта»	4	10
3	*Доклады* по теме: «Искусство Древней Греции и Древнего Рима»	6	10
4	*Выступление на семинаре:* «Искусство Средних веков».	8	10
5	*Выполнение практического задания* №1 по разделу: «Гуманизм в искусстве Ренессанса».	10	10
6	*Написание реферата по выбранной теме*	*В течение семестра*	15
7	Посещение занятий	*В течение семестра*	5

	экзамен		**30**
	ИТОГО:		100 баллов

Для заочной формы обучения
2 семестр

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу*: «классицизм» и «барокко».	3 неделя	10
2	*Доклады* по теме: «Влияние на искусство идей эпохи Просвещения»	5	10
3	*Выступление на семинаре:* «Противостояние классицизма и романтизма».	6	10
4	*Выполнение практического задания* по теме: «Модернизм в США»	8	10
5	Подготовка презентаций по теме: «Русский авангард»	5	10
6	Сравнительный анализ: «Развитие кинематографа: зарубежный и отечественный опыт».	10	15
7	Посещение занятий	В течение семестра	5
	экзамен		**30**
	ИТОГО:		100 баллов

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу*: «Искусство Древнего Рима»	10
3	*Выступление на семинаре:* «Искусство Средних веков».	10
4	*Подготовка доклада: «*Шедевры эпохи Возрождения»	11
5	*Контрольная работа по теме*: «Русское искусство XVII-XIX вв».	10
6	*Написание реферата по выбранной тем*е.	10
7	*Презентация по теме: «*Искусство XX-XXI вв.»	10

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».
- Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся дифференцированным зачётом или экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.15 История художественной культуры»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):
для очной формы обучения - 1 и 2 семестры;
для заочной формы обучения – 1 и 2 семестры.

3. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Истории художественной культуры» является: изучения культуры, как вида исторического процесса в его историческом развитии. Это подразумевает исследование смен исторических культур, стилей, движение в истории мировоззренческих принципов, воплощенных в художественных образах, культурных и религиозных памятниках для воспитания духовно-нравственной образованной в культурном отношении личности.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	___ форма ___ обучения (ускоренное обучение)[2]
1	2	3	4	5
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	1-2	1-2	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	1-2	1-2	
УК-5.5	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	1-2	1-2	
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов				
ОПК-3.1.	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	1-2	1-2	
ОПК-3.2.	Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	1-2	1-2	

[2] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

ОПК-3.3.	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	1-2	1-2	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 **зачетные единицы**, 144 **академических часа**.

Очная форма обучения 1 семестр.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятел-	Контроль	
1	Раздел I. Культура и искусство Древнего мира.	**1**	**4**	**8**	**10**		
2	Раздел II. Искусство Средневековья.	**1**	**4**	**8**	**11**		
3	Раздел III. Искусство эпохи Возрождения.	**1**	**2**	**6**	**10**		
Итого часов:			**10**	**22**	**31**		**Экзамен**

Очная форма обучения 2 семестр

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятел-	Контроль	
1	Раздел IV. Искусство Нового времени.	**2**	**4**	**10**	**15**		
2	Раздел V. Искусство XIX – XXI веков.	**2**	**6**	**12**	**16**		

Итого часов:	**10**	**22**	**31**		**Экзамен**

Заочная форма обучения 1 семестр

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятел-**	**Контроль**	
1	Раздел I. Культура и искусство Древнего мира.	**1**	**1**	**2**	**20**		
2	Раздел II. Искусство Средневековья.	**1**	**2**	**2**	**23**		
3	Раздел III. Искусство эпохи Возрождения.	**1**	**1**	**2**	**10**		
Итого часов:			**4**	**6**	**53**		**Экзамен**

Заочная форма обучения 2 семестр

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятел-**	**Контроль**	
1	Раздел IV. Искусство Нового времени.	**2**	**2**	**2**	**25**		
2	Раздел V. Искусство XIX – XXI веков.	**2**	**2**	**2**	**30**		
Итого часов:			**4**	**4**	**55**		**Экзамен**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.16 История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом

Гуманитарного Института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 29 от «05» июня 2019 г

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__» ___ 201_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № _ от «__» _____ 201__ г.

Составитель:
Кошелева Анна Владимировна – доктор культурологии, доцент, зав.кафедрой рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент: Александров Борис Юрьевич – к.и.н, доц. кафедры «Истории и управления инновационным развитием молодёжи»

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. **Цель освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины (модуля) «История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития» является:

- научить пониманию основных проблем и тенденций развития современных культурных процессов; показать особенности глобализации и места русской культуры в данном процессе. И тем самым сформировать у студентов правильное видение российской культуры в контексте современного мирового культурного процесса.

- сформировать целостное, комплексное и многостороннее представление о России как самостоятельной цивилизации в составе мирового сообщества.

- показать русскую культуру в контекст европейских и мировых культур, проследить контакты русской культуры с мировыми культурами, их взаимовлияния.

- подготовить студентов к профессиональной деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью, сформировав у студентов потребность познания русской культуры во всех сферах творческой и общественной жизни нашего народа;

-привить студентам всесторонний интерес к истории русской культуры, дополняющий и обогащающий их профессиональное образование;

- дать представление об истории русской культуры как целостной и развивающейся системе, активизировать познавательную деятельность студентов, способствовать их творческой самостоятельности и проявлению.

Задачи курса:

- помочь студентам овладеть базовым понятием культуры, как совокупности производственных, общественных и духовных достижений народов нашей страны;
- рассмотреть основные подходы к определению места культуры нашей страны в мировом сообществе;
- сформировать у студентов способность творческого мышления, умения анализировать культурные события и факты;
- ознакомить студентов с наиболее важными явлениями русской культуры на разных этапах исторического развития и способствовать повышению их культурного уровня

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. **Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)**

Дисциплина «История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития» читается на очной форме обучения – на вторм курсе в

третьем семестре, на заочной форме обучения – на третьем курсе в пятом семестре.

Дисциплина «История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития» носит комплексный характер и предполагает изучение курса совместно с такими учебными дисциплинами, как: «История», «Философия», «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Отечественная литература».

В дальнейшем дисциплина «История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития» будет дополнена и конкретизированы в следующих курсах: «История художественной культуры», «Религиоведение», «Этнология и этнопсихология», «Этикет деловых отношений», «Менеджмент межкультурных взаимодействий».

Курс «Русская культура в контексте мирового культурного процесса» во взаимодействии с другими гуманитарными, социально-экономическими и обще-профессиональными дисциплинами призвана обеспечить подготовку будущих специалистов в области рекламы и связи с общественностью, отвечающих как современным квалификационным требованиям, так и требованиям интеллектуальной, общекультурной и гуманитарной подготовки.

В связи с этим она является важным звеном в профессиональной подготовке бакалавров, так как углубляет и расширяет знания по выше перечисленным учебным дисциплинам обогащает их духовно, приобщает к ценностями и традициям нашего народа, учит любить свою Родину и свой народ, создавший уникальную богатую и неповторимую по своей красоте и духовности культуру, которая сплотила вокруг себя и сохранила многочисленные народ нашей страны. Таким образом, расширяются навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения образования в магистратуре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции /	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**

код индикатора (ов) достижения компетенции	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	_____ форма _____ обучения (ускоренное
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**	**3**	5	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	**3**	5	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	**3**	5	
УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	**3**	5	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	**3**	5	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**3**	5	
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	**3**	5	
ОПК-3.2	Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	**3**	5	
ОПК-3.3	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.культурой и спортом, физической рекреацией и туристско-краеведческой деятельностью; владеет навыками анализа культурных событий в стране и за рубежом; методами и средствами сбора, обобщения и использования информации о достижениях в физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности	**3**	5	

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы**, 108 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	1.Раздел. Исторические особенности и периодизация истории отечественной культуры	3	4	4	10		
2	Раздел 1. Культура Древней Руси и Средневековья как приобщение к культуре Византии	3	4	6	10		
3	Раздел 2. Культура нового времени как ориентация на западноевропейские образцы. Создание национальной культуры: «Золотой век» и Серебряный век» русской культуры.	3	4	6	10		
4	Раздел 3. Культура советского периода: формирование культуры нового типа. Культурная жизнь России советского периода.	3	4	6	10		
5	Раздел 4. Культура современной России: интеграция России в мировое культурное пространство.	3	4	6	11		
Итого за семестр 108			20	28	51	9	экзамен

Зачная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	1.Раздел. Исторические особенности и периодизация истории отечественной культуры	5	0,5	0,5	16		
2	Раздел 1. Культура Древней Руси и Средневековья как приобщение к культуре Византии	5	0,5	0,5	16		
3	Раздел 2. Культура нового времени как ориентация на западноевропейские образцы. Создание национальной культуры: «Золотой век» и Серебряный век» русской культуры.	5	1	1	19		
4	Раздел 3. Культура советского периода: формирование культуры нового типа. Культурная жизнь России советского периода.	5	1	1	19		
5	Раздел 4. Культура современной России: интеграция России в мировое культурное пространство.	5	1	1	21		
Итого за семестр 108			4	4	60	9	экзамен

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). - Экзамен

Перечень вопросов к экзамен

1. Взаимовлияние культуры Запада и России.
2. Взаимовлияние культуры России и Востока.
3. Понятие культура, традиции, обычаи, ритуалы
4. Периодизация и эпохи развития русской культуры
5. Ведическая (языческая) культура Древней Руси.
6. Византийская культура как образец развития Древней Руси
7. Особенности древнерусской литературы Киевской Руси.
8. Духовные ценности славян Киевской Руси.
9. Крещение Руси. Мотивация выбора религии, историческое значение этого явления.
10. Монастыри как центры духовной культуры.
11. Иконопись Древнерусского государства.
12. Значение ордынского ига в истории культуры России.
13. Свидетельства литературных источников XIV—XV веков о росте национального самосознания русского народа.
14. Феофан Грек, Андрей Рублев, Дионисий.
15. Памятники архитектура XIV—XV вв.
16. Развитие архитектуры XVI—XVII вв.
17. Демократические черты в русской культуре XVII века.
18. Церковь и культура XVII века.
19. Новшества в быту в XVII веке.
20. Основные этапы и направления развития культуры России в XVIII веке.
21. Реформы Петра I и русская культура.
22. Просвещение и наука. Книгоиздательство.
23. Основные черты новой русской культуры XVIII века.
24. Культурный подъем в 40—60-е годы XVIII века.
25. Вклад М.В. Ломоносова в русскую культуру.
26. Влияние культуры XVIII века на экономическое и политическое развитие России.
27. Идеи просвещения в Европе и в России в XVIII веке.
28. Факторы общественно-политической жизни начала XIX века, оказавшие влияние на развитие русской национальной культуры.
29. Состояние научного потенциала России в XIX веке, основные научные центры, научные школы.
30. Общественно-политическая мысль в России XIX века, ее отличие от официальной идеологии.
31. «Золотой век» русской культуры XIX века.
32. «Золотой век» в литературе.
33. «Золотой век» в музыке.
34. «Золотой век» в живописи и скульптуре.
35. «Золотой век» в архитектуре.
36. Художественная культура «серебряного века», ее характерные черты.
37. Русское меценатство.
38. Влияние Октябрьской революции на развитие российской культуры.
39. Советский период развития российской культуры: особенности и противоречия.
40. Основные направления художественной культуры XX века.
41. Культурные преобразования в 20—40-х годах.

42. Особенности культурных процессов в годы Великой Отечественной войны.
43. Культура России 60—80-х годов.
44. Массовая и элитарная культура XX века: сущность и проявления.
45. Современная культура России в эпоху глобализации
46. Культура России и мировое сообщество

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Березовая, Л.Г. Введение в историю русской культуры : Учеб. пособие для студентов сред. спец. учеб. заведений: Доп. М-вом образования РФ. - М.: Владос: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2002. - 432 с.
2. Березовая, Л.Г. История русской культур: В 2 ч.: Учеб. для студентов вузов: Рек. М-вом образования РФ. Ч. 1. - М.: Владос, 2002. - 400 с.
3. Березовая, Л.Г. Практикум по истории русской культуры: 10 - 20 вв.: Учеб. пособие для студентов вузов. - М.: Владос, 2002. - 319 с.
4. Васиховская, Н. С. История отечественной культуры : практикум для студентов направления 46.03.01 «История», очной формы обучения : [16+] / Н. С. Васиховская ; отв. ред. К. А. Анкушева ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2017. – 63 с. : ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=574448
5. Вишняков С. А. Культура России в историческом ракурсе: архитектура, литература, живопись, музыкальное искусство, театральноеискусство, кинематограф, современное культурное пространство: учебное пособие. – М.: Флинта, 2012. – 63 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
6. Георгиева, Т.С. Русская культура: история и современность : учеб. пособие для студентов вузов: Рек. Мин-вом образования - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Ростов н/Д: Феникс, 2006. - 604 с.
7. Горелов, А. А. История русской культуры : учебник для вузов / А. А. Горелов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 387 с. https://urait.ru/book/istoriya-russkoy-kultury-510708
8. Горелова, Е. И. Теория и история отечественной культуры : учебное пособие / Е. И. Горелова .— Малаховка : МГАФК, 2016 .— 250 с. https://lib.rucont.ru/efd/772958/info
9. Кондаков, И.В. Введение в историю русской культуры (теоретический очерк): учеб. для вузов. – М.: Наука, 1994. – 378 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
10. Милюков, П.Н. Очерки по истории русской культуры. Т. 2, ч. 1: Вера. Творчество. Образование.: в 3-х т. - М.: Прогресс, 1993. - 528 с.
11. Милюков, П.Н. Очерки по истории русской культуры. Т. 2, ч. 2: Искусство. Школа. Просвещение : в 3-х т. - М.: Прогресс, 1994. - 491 с.
12. Отечественная история: основные тенденции развития русской культуры: учебное пособие / ред. Быковская Г.А. – Воронеж: ВГТА, 2010 – 163 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
13. Рябцев, Ю.С. Хрестоматия по истории русской культуры : Первая половина 20 в. / Рябцев Юрий Сергеевич. - М.: Владос, 2003. - 383 с.
14. Сапронов, П.А. Русская культура 19-20 вв.: Опыт осмысления / П.А. Сапронов. - СПб.: ПАРИТЕТ, 2005. - 702 с
15. Соловьев, В.М. Русская культура с древнейших времен до наших дней / Владимир Соловьев. - М.: Бел. город, 2004. - 735 с.

б) Дополнительная литература:

1. Балакина, Т.И. История отечественной культуры. Ч. 1 : Эксперим. учеб. пособие для учащихся гимназий и шк. гуманит. профиля. - М.: Б. и., 1994. - 86 с.
2. Балакина, Т.И. История отечественной культуры. Ч. 2. - М.: Спектр, 1994. - 150 с.
3. Беловинский Л. В.Жизнь русского обывателя: изба и хоромы.– М.: Кучково поле, 2012. – 400 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
4. Бердинских В. А. Русская деревня : быт и нравы– М.: Ломоносовъ, 2013. – 273 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
5. Георгиева, Т.С. Русская культура: История и современность: Учеб. пособие. М.: Юрайт, 1999. - 576 с.
6. Даниленко В. П. Картина мира в пословицах русского народа. – СПб.: Алетейя, 2017. – 374 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
7. Домострой. - М.: Эксмо, 2009. - 543 с.
8. Забелин И. Е. Домашний быт русских цариц в XVI и XVII столетиях– М.: Директ-Медиа, 2014. – 521с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
9. Забелин И. Е. Как жили в старину русские цари-государи. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 37 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
10. Загадочная русская душа: произведения русских писателей XIX-XX вв. с комментариями и заданиями: учебное пособие / авторы Такташова Т. В., Загорская Е. Я., Ветошкина Л. А.– М.: Флинта, 2012 – 216 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
11. Злыднева Н. В. Коды повседневности в славянской культуре: еда и одежда – СПб.:Алетейя, 2011– 560 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
12. Зоркая Н. М. История отечественного кино : XX век.– М.: Белый город, 2014 – 512с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
13. Караванова, Н.Б. Россия: города, люди, традиции: ил. энцикл.- М.: Эксмо, 2009. - 303 с.
14. Клибанов, А.И. Духовная культура средневековой Руси: Материалы к курсу "Культура древней Руси": Пособие для студентов вузов. – М.: АО "Аспект Пресс", 1994. – 367 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
15. Кондаков, И.В. Введение в историю русской культуры (теоретический очерк): учеб. для вузов. - М.: Наука, 1994. - 378 с.
16. Кондратьев И. К. Седая старина Москвы– М.: Директ-Медиа, 2012. – 541 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
17. Круглов, Ю.Г. Русский фольклор. - М.: Сов. писатель, 2000. – 265 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
18. Лаврентьева, Е. Повседневная жизнь дворянства пушкинской поры : этикет / Елена Лаврентьева. - М.: Мол. гвардия, 2005. - 663 с.
19. Леонтьев К. Н. Византизм и славянство – М.:Директ-Медиа, 2014 – 170 с.
20. Лозинская В. П. Русская музыка с древнейших времен до середины XX века: монография – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2013.– 138 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
21. Лотман, Ю.М. Беседы о русской культуре: Быт и традиции русского дворянства (18 - начало 19 в.). - СПб.: Искусство-СПб, 1994. - 399 с.
22. Муравьева, О.С. Как воспитывали русского дворянина / Муравьева Ольга Сергеевна. - СПб.: Журн. Нева, 2001. - 222 с.
23. Новиков В. Русская литературная усадьба – М.: Ломоносовъ, 2012- 256 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

24. Овсянников, Ю.М. Картины русского быта: Стили. Нравы. Этикет / Ю.М. Овсянников. - М.: АСТ-Пресс: Галарт, 2001. - 351 с.

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Культурологический журнал - http://www.cr-journal.ru/
2. Международный научно-исследовательский журнал. Культурология. Научные статьи по культуре– https://research-journal.org/category/culture/
3. Культурология РФ. Журнал о культуре и искусстве. – https://kulturologia.ru/
4. Электронный журнал «Культура культуры» – http://cult-cult.ru/ или http://культ-культ.рф/.
5. Журнал «Знание. Понимание. Умение» – https://elibrary.ru/contents.asp?issueid=1822938 или http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/ , или http://www.zpu-journal.ru/
6. «Русская культура» – http://russculture.ru/
7. «Культура России» сайт - https://kultyres.ru/
8. Библиотека по культурологии http://helpiks.org/1-125923.html

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет- версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «История отечественной культуры в контексте

мирового культурного развития» для обучающихся Гуманитарного института направления подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – Спортивная реклама и PR 2курс, третий семестр-очно; 3 курс, 5 семестр заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): 3 семестр очная; 5 семестр заочная
Форма промежуточной аттестации: *экзамен*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
5-ый семестр			
1	*Подготовка докладов и /или презентаций*	*2-5 неделя*	*15*
2	*Выступление на семинарах*	*6- 9 недели*	*10*
3	*Рефераты по темам*	*11-13 неделя*	*20*
4.	*Выступление на семинарах*	*14-16 неделя*	*15*
5.	*Контрольная* по 1 - 4 разделу	*17 неделя*	*10*
9.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по семестру		**70 баллов**
	экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа «*Раздел 1-4*» по теме, пропущенной студентом*	*10*
2	*Выступление на семинаре по теме пропущенной студентом*	*10*
3	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*20*
4	*Доклад и /или презентация по темам (по выбору студента)*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.16 История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)
Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): *3* семестр – очная, 5 семестр – заочная формы обучения

Целью освоения дисциплины (модуля) «История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития» является:

- научить пониманию основных проблем и тенденций развития современных культурных процессов; показать особенности глобализации и места русской культуры в данном процессе. И тем самым сформировать у студентов правильное видение российской культуры в контексте современного мирового культурного процесса.

- сформировать целостное, комплексное и многостороннее представление о России как самостоятельной цивилизации в составе мирового сообщества.

- показать русскую культуру в контекст европейских и мировых культур, проследить контакты русской культуры с мировыми культурами, их взаимовлияния.

- подготовить студентов к профессиональной деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью, сформировав у студентов потребность познания русской культуры во всех сферах творческой и общественной жизни нашего народа;

-привить студентам всесторонний интерес к истории русской культуры, дополняющий и обогащающий их профессиональное образование;

- дать представление об истории русской культуры как целостной и развивающейся системе, активизировать познавательную деятельность студентов, способствовать их творческой самостоятельности и проявлению.

Задачи курса:

- помочь студентам овладеть базовым понятием культуры, как совокупности производственных, общественных и духовных достижений народов нашей страны;
- рассмотреть основные подходы к определению места культуры нашей страны в мировом сообществе;
- сформировать у студентов способность творческого мышления, умения анализировать культурные события и факты;
- ознакомить студентов с наиболее важными явлениями русской культуры на разных этапах исторического развития и способствовать повышению их культурного уровня

Дисциплина реализуется на русском языке.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	____ форма обучения (ускоренное
1	2	3	4	5
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**	**3**	5	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	**3**	5	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	**3**	5	
УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	**3**	5	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	**3**	5	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**3**	5	
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	**3**	5	
ОПК-3.2	Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности	**3**	5	
ОПК-3.3	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.культурой и спортом, физической рекреацией и туристско-краеведческой деятельностью; владеет навыками анализа культурных событий в стране и за рубежом;	**3**	5	

[3] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	методами и средствами сбора, обобщения и использования информации о достижениях в физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности			

1. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетные единицы**, 108 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	1.Раздел. Исторические особенности и периодизация истории отечественной культуры	3	4	4	10		
2	Раздел 1. Культура Древней Руси и Средневековья как приобщение к культуре Византии	3	4	6	10		
3	Раздел 2. Культура нового времени как ориентация на западноевропейские образцы. Создание национальной культуры: «Золотой век» и Серебряный век» русской культуры.	3	4	6	10		
4	Раздел 3. Культура советского периода: формирование культуры нового типа. Культурная жизнь России советского периода.	3	4	6	10		
5	Раздел 4. Культура современной России: интеграция России в мировое культурное пространство.	3	4	6	11		

Итого за семестр 108		20	28	51	9	экзамен

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	1.Раздел. Исторические особенности и периодизация истории отечественной культуры	5	0,5	0,5	16		
2	Раздел 1. Культура Древней Руси и Средневековья как приобщение к культуре Византии	5	0,5	0,5	16		
3	Раздел 2. Культура нового времени как ориентация на западноевропейские образцы. Создание национальной культуры: «Золотой век» и Серебряный век» русской культуры.	5	1	1	19		
4	Раздел 3. Культура советского периода: формирование культуры нового типа. Культурная жизнь России советского периода.	5	1	1	19		
5	Раздел 4. Культура современной России: интеграция России в мировое культурное пространство.	5	1	1	21		
Итого за семестр 108			4	4	60	9	экзамен

ФМИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.17 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного Института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 29 от «05» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__ » ___ 201_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__» ___ 201_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____ 201___ г.

Составитель: Шишова Наталья Сергеевна – кандидат культурологии, доцент, кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент: Коростелёва Татьяна Викторовна - д.п.н., проф., кафедры «Истории и управления инновационным развитием молодёжи» РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины (модуля) «Международные отношения» являются: формирование у студентов глубоких и всесторонних знаний о становлении и развитии международных отношений России на различных этапах исторического развития Российского государства и мирового сообщества, определение основных тенденций и закономерностей в понимании международных отношений как самостоятельной исторической реальности, особенностей их функционирования в различные исторические эпохи; научить пониманию основных проблем и тенденций развития современных международных отношений.

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть основные идеи и теории международных отношений, связать их с международной практикой;
2. Способствовать развитию навыков самостоятельного анализа международных отношений, научить ориентироваться в международной жизни с учетом наиболее актуальных для российских условий международных проблем.
3. Воспитать активного гражданина, любящего свою страну, умеющего отстаивать её интересы в своей профессиональной деятельности и в общественной жизни.
4. Выработать навыки научного исследования международных отношений, применения полученных знаний в жизненной и профессиональной практике.

Дисциплина реализуется на русском языке.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Международные отношения» читается на очной форме на третьем курсе 5 семестре, заочной форме обучения – на четвертом курсе в седьмом семестре.

Дисциплина «Международные отношения» базируется на дисциплинах «Обществознание» системы общего среднего образования и «Политология» высшего профессионального образования. Место дисциплины также в ряду таких курсов как «История», «Философия», «История мировых цивилизаций», «Всемирная история».

В дальнейшем вопросы и проблемы, рассматриваемые в курсе «Международные отношения» будут дополнены и конкретизированы в

следующих курсах: «Политология», «Менеджмент межкультурных взаимодействий», «Международные отношения», «Интегрированные коммуникации», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы их анализа», «История и практика спортивной журналистики».

Дисциплина «Международные отношения» является важным звеном в профессиональной подготовке бакалавров, так как углубляет и расширяет знания по выше перечисленным учебным дисциплинам. Студенты во время обучения сталкиваются не только с различными аспектами современной науки, но и видят взаимосвязь данных наук с общей для них базой – человеческой деятельностью в масштабе государства или мирового сообщества, то есть развитием международных отношений, с проблемой разрешения международных конфликтов. Таким образом, расширяются знания о важности международных отношений в современном мире и даются интегративные познания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения образования в магистратуре.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**_____ форма обучения (ускоренное**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**	5	7	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной	5	7	

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	коммуникации.			
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	5	7	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	5	7	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	5	7	
УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	5	7	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	5	7	
ОПК-5	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	5	7	
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника-ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	5	7	
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	5	7	
ОПК-5.3	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	5	7	

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 **зачетные единицы**, 72 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Темы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Теории, история и проблемы международных отношений	5	2	4	8		
2	Раздел 2. Система международных отношений.	5	4	8	16		
3	Раздел 3. России в современных международных отношениях.	5	4	8	16		
Итого за семестр			10	22	40		Зачет

Заочная форма обучения

№	Темы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Теории, история и проблемы международных отношений	7	1	2	10		
2	Раздел 2. Система международных отношений.	7	1	4	24		
3	Раздел 3. России в современных международных отношениях.	7	2	4	24		
Итого за семестр			4	10	58		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Международные отношения. Подходы, понятия, структуры.
2. Основные категории международных отношений.
3. Структура международных отношений.
4. Геополитические основы международных отношений.
5. Понятие геополитики. Современное видение геополитики.
6. Россия в современной геополитической ситуации.
7. Развитие международных отношений.
8. Международные отношения в древние века, средневековье.
9. Особенности международных отношений в эпоху Ренессанса, Реформации и Просвещения.
10. Отличительные черты мировой политики нового времени.
11. Международные отношения между двумя мировыми войнами.
12. Специфика международных отношений на рубеже II - III тысячелетия.
13. Современные теории международных отношений.
14. Война и мир как основные состояния мирового сообщества.
15. Война как социальное явление. Причины войн.
16. Мыслители прошлого о вечном мире.
17. Предпосылки создания международной системы безопасности: Лига Наций, Организация Объединенных Наций.
18. Международное право политических отношений.
19. Основные идеи Г. Гроция о праве войны и мира.
20. Международное гуманитарное право.
21. Пакет Женевских соглашений.
22. Идеи Заключительного Акта Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе (Хельсинки - 1975г.).

1. Глобальные проблемы современности (Мировой океан, космос, экология).
2. Современные проблемы, требующие совместного участия многих государств (терроризм, наркобизнес, контрабанда и др.)
3. Внешняя политика Российской Федерации. Основные направления.
4. Страны СНГ во внешней политики России.
5. Российско-американские отношения.
6. Отношения со странами Азиатско-Тихоокеанского региона.
7. Интересы России на Ближнем Востоке.
8. Латиноамериканские страны в спектре внешней политики РФ.
9. Международный терроризм и международное сотрудничество в борьбе с ним .

10. Спорт и внешняя политика.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Александров О.Б. Международные отношения: хрестоматия. – М.: Евразийский открытый институт, 2010- 224с. 1. www.biblioclub.ru
2. Международные отношения: хрестоматия / авт.-сост. О. Б. Александров. – Москва: Евразийский открытый институт, 2010. – 224 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=93176
3. Международные отношения и мировая политика: учебник для вузов / П. А. Цыганков [и др.] ; под редакцией П. А. Цыганкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 279 с. https://urait.ru/book/mezhdunarodnye-otnosheniya-i-mirovaya-politika-511513
4. Международные отношения: введение в специальность: практикум / К.Р. Амбарцумян, Л.Н. Величко. — Ставрополь: изд-во СКФУ, 2019 .— 265 с. https://lib.rucont.ru/efd/726891/info
5. Панцерев К. А. Информационное общество и международные отношения: учебник. – СПб: СПГУ, 2014.- 384 с. www.biblioclub.ru
6. Пинкин В. И., Шишикин В. Г. История международных отношений: учебное пособие. – Изд.тво: НГТУ, 2015- 208 с. www.biblioclub.ru

б) Дополнительная литература:

1. Громыко А. А., Пономарев Б Н. История внешней политики СССР 1945-1980. Т. 2.- М.: Наука, 1981- 590 с. www.biblioclub.ru
2. Дергачев В. А. Глобалистика: учебное пособие. –М.: Юнити-Дана, 2015 – 303 с. www.biblioclub.ru
3. Коробкина И. А., Садченко В. Н., Величко Л. Н. Международный терроризм и проблемы безопасности на Северном Кавказе: учебное пособие. – Изд-тво: СКФУ, 2016-270 с. www.biblioclub.ru
4. Лукин А. В. Поворот к Азии. Российская внешняя политика на рубеже веков и ее активизация на восточном направлении. –М.: Весь Мир, 2014 – 638 с. www.biblioclub.ru
5. Лукин А. В. Россия и Китай : четыре века взаимодействия. История, современное состояние и перспективы развития российско-китайских отношений: учебное пособие.- М.: Весь Мир, 2013. – 704 с. www.biblioclub.ru
6. Потемкин В. П. История дипломатии . Том 1. С древнейших времен до нового времени.-М.: Директ-Медиа, 2015 - 543 с. www.biblioclub.ru
7. Потемкин В. П. История дипломатии . Том 2. Дипломатия в новое время (1872 - 1919 гг.).-М.: Директ-Медиа, 2015 - 442 с. www.biblioclub.ru
8. Потемкин В. П. История дипломатии . Том 3. Дипломатия в новейшее время (1919-1939 гг.).-М.: Директ-Медиа, 2015 - 783 с. www.biblioclub.ru
9. Составитель: Величко Л. Н. История Востока в Новейшее время: история международных отношений: хрестоматия. – Изд.-тво: СКФУ, 2016- 259 с. www.biblioclub.ru

10. 200 лет российско-американских отношений : Наука и образование : сб. статей / [под ред.: РАН А.О. Чубарьяна, Б.А. Рубла] ; М-во образования и науки РФ [и др.]. - М.: Олма Медиа Групп, 2007. - 398 с.
11. Дегоев, В.В. Александр 1 и проблема европейского согласия после Венского конгресса / В.В. Дегоев // Вопросы истории. - 2002. - № 2. - С. 119-132

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Официальный сайт Президента РФ – http://www.kremlin.ru

Сайт Министерства иностранных дел России. Новости. - https://ria.ru

Официальный сайт Российской ассоциации политической науки – http://www.rapn.ru/

Официальный сайт информационного агентства Регнум – http://www.regnum.ru

сайт Совета Федерации – http://council.gov.ru/ сайт

http://politcom.ru/ –Информационный сайт политических комментариев

http://globalaffairs.ru/tag/analysis – журнал «Россия в глобальной политике»

http://www.intertrends.ru – журнал «Международные процессы»

http://www.russia-today.ru/all-rubrics.php?r=5 Журнал Российская Федерация сегодня.

http://www.1-film-online.com/ - документальные фильмы

Новостные сайты:

http://www.aif.ru/ Аргументы и факты

http://regions.ru/ Новости Федерации

https://korrespondent.net/world/russia/ Корреспондент

https://ria.ru/ РИА новости

http://www.vesti.ru/ Вести. Россия

https://www.bfm.ru/– Новости России и мира

https://rg.ru/ Российская газета

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет- версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Международные отношения» для обучающихся Гуманитарного института 3 курса направления подготовки / специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» очной, заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): 5 семестр- очная, 7 заочная
Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
5-ый семестр			
1	*Подготовка докладов по теме:* Внешняя политика: концепции и взгляды. Международные отношения: подходы, понятие, структура Мировая политика и мировой политический порядок Войны, международные конфликты и их классификация. *Воздействие глобальных проблем на международный процесс. Процедура заключения международных договоров Международные организации как механизмы регулирования международных отношений. Ядерная проблема КНДР и позиции держав.*	*3-13 недели*	*15*
2	*Презентации:* Современные правовые международные	*3-13 неделя*	*10*

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	организации. *Международное право.* Основные положения концепции всеобщей безопасность. Европейская интеграция. Основные принципы международной политики. Международный Валютный Фонд. Этапы расширения НАТО в 1990-е - 2000-е гг.		
3	*Выступление на семинарах по теме*: Теории и школы в исследовании международных отношений. Факторы, влияющие на развитие международных отношений. Соотношение внутренней и внешней политики государств. Субъекты международных отношений. Теоретическое видение международных отношений. Структура международных отношений. Типы, виды и уровни международных отношений. Планетарный масштаб международных отношений. История международных отношений.	*4-8 недели*	*10*
4.	*Выступление на семинарах* по теме *Соотношение мирового политического процесса, мировой политики и международных отношений.* Различные типы мирового порядка. Содержание современного мирового порядка. Истоки международного права. Современные международные организации. Современная картина международного мира. Глобальные проблемы в международных отношениях. Понятие, цели и средства внешней политики России. Отношения со странами СНГ и другими государствами ближнего и дальнего зарубежья. Российские концепции национальной безопасности и мировой стабильности.	*9-13 неделя*	*10*
5.	*Рефераты по тема:* Война и мир как основные состояния мирового сообщества. Современное миротворчество. Международные интересы современной России. Внешние угрозы и вызовы безопасности России. Процесс интеграции России в мировую экономику. Карибский кризис 1962 года. Мир на грани войны. Нюрнбергский процесс. Международное сотрудничество регионов. Компетенция Международного Суда ООН. Международная миграция рабочей силы. Международные отношения в области борьбы с международным терроризмом. Формирование «Большого Китая» в контексте интеграционных процессов в Восточной Азии. Место и роль России и Китая в ШОС. Германия и Россия: проблемы политического сотрудничества.	*1-16 недели*	*15*
6.	*Контрольная работа по разделам 1-3*	*14 неделя*	*10*
7	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по семестру		**80 баллов**
	Зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по темам, пропущенной студентом*	*10*
2	*Выступление на семинаре по темам, пропущенной студентом*	*10*
3	*Написание контрольной работы по 1-3 разделам*	*15*
4	*Презентация по темам (по выбору студента)*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.17 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 2 зачетные единицы.

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля): 5** семестр – очная, 7 семестр заочная

Цель освоения дисциплины (модуля): Целями освоения дисциплины (модуля) «Международные отношения» являются: формирование у студентов глубоких и всесторонних знаний о становлении и развитии международных отношений России на различных этапах исторического развития Российского государства и мирового сообщества, определение основных тенденций и закономерностей в понимании международных отношений как самостоятельной исторической реальности, особенностей их функционирования в различные исторические эпохи; научить пониманию основных проблем и тенденций развития современных международных отношений.

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть основные идеи и теории международных отношений, связать их с международной практикой;
2. Способствовать развитию навыков самостоятельного анализа международных отношений, научить ориентироваться в международной жизни с учетом наиболее актуальных для российских условий международных проблем.
3. Воспитать активного гражданина, любящего свою страну, умеющего отстаивать её интересы в своей профессиональной деятельности и в общественной жизни.
4. Выработать навыки научного исследования международных отношений, применения полученных знаний в жизненной и профессиональной практике.

Дисциплина реализуется на русском языке.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	____ форма ____ обучения (ускоренное[3]
1	2	3	4	5
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**	5	7	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	5	7	
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	5	7	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	5	7	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	5	7	
УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	5	7	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	5	7	
ОПК-5	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	5	7	
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника-	5	7	

[3] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях			
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	5	7	
ОПК-5.3	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	5	7	

1. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 **зачетные единицы**, 72 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Темы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Теории, история и проблемы международных отношений	5	2	4	8		
2	Раздел 2. Система международных отношений.	5	4	8	16		
3	Раздел 3. России в современных международных отношениях.	5	4	8	16		
Итого за семестр			10	22	40		Зачет

Заочная форма обучения

№	Темы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Теории, история и проблемы международных отношений	7	1	2	10		
2	Раздел 2. Система международных отношений.	7	1	4	24		
3	Раздел 3. России в современных международных отношениях.	7	2	4	24		
Итого за семестр			4	10	58		Зачет

ФМИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ИнститутГуманитарный

Кафедрарекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.18 ПОЛИТОЛОГИЯ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного Института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 29 от «05» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __от «__»___ 201_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__» ___ 201_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____ 201___ г.

Составитель:
Кошелева Анна Владимировна – доктор культурологии, доцент, зав.кафедрой рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент: Коростелёва Татьяна Викторовна - д.п.н., проф.,кафедры«Истории и управления инновационным развитием молодёжи»РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Политология» является:формирование у студентов адекватных современным условиям представлений о политике как значимой области общественных отношений и важного вида деятельности; выработка позитивного отношения к политике, повышение уровня политической культуры обучаемых, воспитание активных патриотов страны, усвоения политического консалтинга и политической рекламы

Задачи дисциплины политологии:

1. Раскрыть основные идеи и теории политической науки, связать их с политической практикой; показать историю развития и становления политических идей и учений в обществе;
2. Способствовать развитию навыков самостоятельного анализа политических процессов, научить адекватно ориентироваться в политической жизни с учетом наиболее актуальных для российских условий политических проблем.
3. Сформировать у студентов гражданскую политическую культуру, уважение к демократическому порядку, к государственным и политическим институтам, гарантирующих стабильное развитие и основы безопасности современного общества
4. Воспитать активного гражданина, любящего свою страну, умеющего отстаивать её интересы
5. Научить ориентироваться в многообразии разнообразных и сложных политических процессов.
6. Выработать навыки научного исследования политических процессов происходящих в современном мире, применения полученных знаний в жизненной и профессиональной практике.

Дисциплина реализуется на русском языке.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Политология» читается на очной форме на третьем курсе в пятом семестре и заочной форме обучения – на четвертом курсе в восьмом семестре.

Дисциплина «Политология» базируется на дисциплинах «Обществознание» системы общего среднего образования и «Правоведение» высшего профессионального образования. Место дисциплины также в ряду таких курсов какФилософия, История (история России, всеобщая история), Основы права, Основы экономики, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы, Религиоведение, Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта, Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта, Имиджелогия.

В дальнейшем вопросы и проблемы, рассматриваемые в курсе «Политология» будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах:Международные отношения, Организация и проведение коммуникационных кампаний, Реклама и связи с общественностью в сфере спорта, Проведение PR-компаний в сфере физической культуры и спорта, Брендинг в сфере спорта , Организация работы отделов PR в сфере физической культуры и спорта, Репутационный PR в сфере спорта, Спортивные сайты и сообщества в Интернете и методы их анализа, Принципы и технологии создания рекламного продукта, Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы, Организация и проведение коммуникационных кампаний, Реклама и связи с общественностью в сфере спорта, Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта, Консалтинг в связях с общественностью, Основы деятельности спортивной пресс-службы,История и практика спортивной журналистики.

Дисциплина «Политология» имеет междисциплинарный характер. В связи с этим она является важным звеном в профессиональной подготовке бакалавров, так как углубляет и расширяет знания по выше перечисленным учебным дисциплинам. Студенты во время обучения сталкиваются не только с различными аспектами современной науки, но и видят взаимосвязь данных наук с общей для них базой – человеческой деятельностью в масштабе государства или мирового сообщества, то есть развитием политических

процессов, с проблемой разрешения политических конфликтов. Таким образом, расширяются знания оважности политики в современном мире и даются интегративные познания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения образования в магистратуре.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	____ форма обучения (ускоренное
1	2	3	4	5
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**	5	8	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	5	8	
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	5	8	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	5	8	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	5	8	
УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	5	8	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом,	5	8	

[1]Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.			
УК-8	**Способен создавать и поддерживатьв повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельностидля сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе приугрозе и возникновении чрезвычайных ситуацийи военных конфликтов**	5	8	
УК-8.1.	Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения.	5	8	
УК-8.2.	Умеет оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности в повседневной жизни и в профессиональной деятельностии принимать меры по ее предупреждению	5	8	
УК-8.3.	Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества.	5	8	
УК-8.4.	Владеет навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	5	8	
ОПК-2	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	5	8	
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.	5	8	
ОПК-2.2	Выявляет тенденции развитияобщественных и государственных институтов	5	8	
ОПК-2.3	Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	5	8	

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4**зачетные единицы**, 144 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Темы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Политология как научная и учебная дисциплина.	5	2	2	10		
2	Социально-политические теории и история политических учений	5	2	4	10		
3	Политическая власть. Политика и СМИ.	5	2	4	10		
4	Политическая система	5	2	2	10		
5	Политические режимы	5	2	2	10		
6	Политические партии и партийные системы	5	2	4	10		
7	Политическая идеология. Политическое сознание. Спорт и политика.	5	2	4	12		
8	Политическая культура.	5	2	2	10		
9	Политические элиты и лидерство	5	2	2	10		
10	Современные международные отношения и мировая политика. Внешняя и внутренняя политика Россия в современном мире.	5	2	4	12		
Итого за семестр		5	20	30	94		зачет с оценкой

Заочная форма обучения

№	Темы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	

1	Политология как научная и учебная дисциплина.	8	0, 25	1	12		
2	Социально-политические теории и история политических учений	8	0,25	1	12		
3	Политическая власть. Политика и СМИ.	8	0,25	1	12		
4	Политическая система	8	0,25	1	12		
5	Политические режимы	8	0,25	1	12		
6	Политические партии и партийные системы	8	0,25	1	12		
7	Политическая идеология. Политическое сознание. Спорт и политика.	8	1	1	17		
8	Политическая культура.	8	0,25	1	12		
9	Политические элиты и лидерство	8	0,25	1	12		
10	Современные международные отношения и мировая политика. Внешняя и внутренняя политика Россия в современном мире.	8	1	1	17		
Итого за семестр			4	10	130		зачет с оценкой

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). – Зачет с оценкой

Перечень вопросов к зачету с оценкой

1. Объект, предмет и структура политологии.
2. Политика и наука о политике.
3. Методы, функции и принципы политологии.
4. История политических учений
5. Основные направления политической мысли в истории России.

6. Проблемы взаимоотношений гражданского общества и государства.
7. Сущность и условия функционирования гражданского общества.
8. Власть и ее виды. Политическая власть и роль СМИ в политической власти.
9. Формы проявления и методы осуществления власти в сфере молодежной политике.
10. Государственная молодёжная политика в Российской Федерации
11. Государственная молодёжная политика в зарубежных странах
12. Понятие и классификация политических режимов.
13. Политическая система общества, характеристика ее структурных компонентов.
14. Основные функции политической системы в области молодежной политики
15. Основные теории возникновения и развития государства.
16. Сущность, признаки и структура государства.
17. Формы правления.
18. Формы государственного устройства.
19. Типология и функции государства. Представление о правовом государстве.
20. Сущность, признаки и классификация политических партий.
21. Партийные системы и коалиции. Становление многопартийности в современной России.
22. Понятие, классификация и функции общественных организаций. Молодежные организации в нашей стране.
23. Организации занимающиеся патриотическим воспитанием молодежи.
24. Признаки и типология общественно-политических движений, их активизация в современной России.
25. Личность как субъект и объект политики.
26. Природа и типы политического лидерства.
27. Особенности политического лидерства в молодежной среде
28. Политическое сознание: понятие, уровни и роль в политической жизни.
29. Организация и методы воспитания гражданско-патриотических ценностей молодежи.
30. Понятие политической культуры и её функции. Воспитание политической культуры у молодежи
31. Сущность, содержание и способы выражения политической культуры.
32. Состояние политической культуры в современной России.
33. Характеристика современного мира.
34. Международные (межгосударственные) отношения и основные тенденции их развития.

35. Внешняя политика государства. Проблемы национального интереса России в современных условиях
36. История молодежных движений
37. Современные молодежные движения и организации за рубежом
38. Неформальные молодежные организации в сфере политики
39. Место и роль групп давления в политической жизни. Проблемы Коррупции и лоббизма.
40. Политическая элита. «Круговорот» элит. Роль элиты в воспитании гражданско-патриотических позиций у молодежи.
41. Современные концепции политических элит.
42. Права и свободы человека и гражданина, их сочетание с обязанностями.
43. Федерация и конфедерация. Федеративное устройство РФ.
44. Институт президентства. Президент и парламент.
45. Основы конституционного строя страны (по конституции РФ).
46. Основные избирательные системы в России и за рубежом

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Батурин В. К., Батурина И. В. Политология: учебник для бакалавров М.: Юнити-Дана, 2016. – 391 с.«Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
2. Зеленков, М.Ю. Политология : учебник / М.Ю. Зеленков .— 5-е изд. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 340 с. https://lib.rucont.ru/efd/689416/info
3. Мухаев Р. Т. Политология. Конспект лекций. – М.: Проспект, 2015.– 224 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
4. Мухаев Р. Т. Теория политики: учебник–М.: Юнити-Дана, 2015. – 623 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
5. Никитина Т. Политология: практикум.– Оренбург: ОГУ, 2014.–146 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
6. Политология. Учебное пособие для ВУЗов/ под ред. Капицына В.М.,Мокшина В.К., Новгородцевой С.Г.– М.: «Дашков и К°», 2017.– 596 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
7. Политология: учебник / В. Ю. Бельский, Д. А. Иванов, А. Б. Моисеев [и др.]; под ред. В. Ю. Бельского, А. И. Сацуты, А. Б. Шатилова ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити-Дана, 2021. – 465 с.: ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=685812
8. Политология: учебник/ ред.: Бельский В. Ю., Сацута А.И.–М.: Юнити-Дана, 2015.– 423 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

9. Пушкарева, Г. В. Политология: учебник и практикум для вузов / Г. В. Пушкарева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 338 с. https://urait.ru/book/politologiya-531708

10. Сазонова Н. Н. Политология: учебное пособие/под ред.: Садохина А. П.– М: Директ-Медиа, 2015. – 354 с.«Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

11. Сайфуллин Р. Г. Курс лекций по политологии: учебное пособие –М: Директ-Медиа, 2016. – 149 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

12. Симонишвили Л. Р. Формы правления: история и современность: учебное пособие.– М: Флинта, 2017. – 280 с.«Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

б) Дополнительная литература:

«Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

Абдулатипов, Р.Г. Этнополитология : учеб. пособие для студентов вузов. – СПб.: Питер, 2004. - 313 с. (Унив. кн.)

Алтунян А. Г.Анализ политических текстов: курс лекций. – М.:Логос, 2012.– 383 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

1. Гаджиев, К.С. Политология: учеб. для студентов вузов.– М.: Логос: (Унив. кн.) 2009. - 431 с.
2. Дойников И. В., Эриашвили Н. Д.Современная российская государственность: Проблемы государства и права переходного периода: учебное пособие. –М.:Юнити-Дана, 2015.– 144 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
3. Исаев Б. А.Практическая партология : генезис партий и партийно-политических систем: учебник. –СПб.:»Петраполис», 2010. – 515 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
4. Лютый В. П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент): учебное пособие.М.: РАП, 2012 – 292 с.«Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
5. Мухаев Р. Т.История государственного управления в России: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2015.–607 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
6. Основы органов государственной власти России: учебное пособие. – М.:Юнити-Дана, 2015.– 144 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

7. Попов О. В.Теория и история политических институтов: учебник.– СПб.: СПГУ, 2014 – 344 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
8. Система органов государственной власти России : учебное пособие для студентов вузов. –М.:Юнити-Дана, 2015.– 479 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru
9. Фельдман, Д.М. Политология конфликта : учеб. пособие. - М.: стратегия, 1998. - 199 с. (Унив. кн.)
10. Электоральная культура и гражданственность (политология и правоведение): учебное пособие.– Воронеж: ВГУИТ,2012.– 148 с.
11. Яшкова Т. А.Сравнительная политология: учебник. М.: «Дашков и К°», 2015.– 608 с. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС www.biblioclub.ru

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Официальный сайт Президента РФ – http://www.kremlin.ru

Официальный сайт Российской ассоциации политической науки – http://www.rapn.ru/

Официальный сайт информационного агентства Регнум – http://www.regnum.ru

сайт Совета Федерации– http://council.gov.ru/ сайт – http://politcom.ru/ –Информационный сайтполитических комментариев

http://globalaffairs.ru/tag/analysis – журнал «Россия в глобальной политике»

http://www.russia-today.ru/all-rubrics.php?r=5 Журнал Российская Федерация сегодня.

http://www.1-film-online.com/ - документальные фильмы

Новостные сайты:

http://www.aif.ru/ Аргументы и факты

http://regions.ru/ Новости Федерации

https://korrespondent.net/world/russia/ Корреспондент

https://ria.ru/ РИА новости

http://www.vesti.ru/ Вести. Россия

https://www.bfm.ru/– Новости России и мира

https://rg.ru/ Российская газета

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет- версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Политология» для обучающихсяГуманитарного института 3 курса направления подготовки / специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – «Спортивная реклама и PR» *очной* ***формы обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): 5семестр
Форма промежуточной аттестации: *зачет с оценкой*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
5-ый семестр			
1	Устное выступление с докладом и/или подготовка презентации по темам	*3-13*	*15*
2	*Выступление на семинарах по темам*1-5	*4-8*	*10*
3	*Выступление на семинарах по темам*6-10	*9-13*	*10*
	Контрольная работа по темам 1-10	*14*	*10*
4.	*Защита рефератов*	*15-16*	*25*
9	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по семестру		**80 баллов**
	Зачет с оценкой		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по темам, пропущенной студентом*	*10*
2	*Докладили презентация по теме пропущенной студентом*	*15*
3	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*25*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

ИнститутГуманитарный

Кафедрарекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.18 ПОЛИТОЛОГИЯ»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 4 зачетные единицы.

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля): 5**семестр

Цель освоения дисциплины (модуля): Целью освоения дисциплины (модуля) Целью освоения дисциплины (модуля) «Политология» является:формирование у студентов адекватных современным условиям представлений о политике как значимой области общественных отношений и важного вида деятельности; выработка позитивного отношения к политике, повышение уровня политической культуры обучаемых, воспитание активных патриотов страны.

Дисциплина реализуется на русском языке.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

1. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	2	3	4
УК-5	**Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**	5	8
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	5	8
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	5	8
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	5	8
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	5	8

УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	5	8
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	5	8
УК-8	**Способен создавать и поддерживатьв повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельностидля сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе приугрозе и возникновении чрезвычайных ситуацийи военных конфликтов**	5	8
УК-8.1.	Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения.	5	8
УК-8.2.	Умеет оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности в повседневной жизни и в профессиональной деятельностии принимать меры по ее предупреждению	5	8
УК-8.3.	Владеет методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций в повседневной жизни и в профессиональной деятельности для сохранения природой среды, обеспечения устойчивого развития общества.	5	8
УК-8.4.	Владеет навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	5	8
ОПК-2	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	5	8
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.	5	8
ОПК-2.2	Выявляет тенденции развитияобщественных и государственных институтов	5	8
ОПК-2.3	Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	5	8

2. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4**зачетные единицы**, 144 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Темы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Политология как научная и учебная дисциплина.	5	2	2	10		
2	Социально-политические теории и история политических учений	5	2	4	10		
3	Политическая власть. Политика и СМИ.	5	2	4	10		
4	Политическая система	5	2	2	10		
5	Политические режимы	5	2	2	10		
6	Политические партии и партийные системы	5	2	4	10		
7	Политическая идеология. Политическое сознание. Спорт и политика.	5	2	4	12		
8	Политическая культура.	5	2	2	10		
9	Политические элиты и лидерство	5	2	2	10		
10	Современные международные отношения и мировая политика. Внешняя и внутренняя политика Россия в современном мире.	5	2	4	12		
Итого за семестр		5	20	30	94		зачет с оценкой

Заочная форма обучения

№	Темы дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Политология как научная и учебная дисциплина.	8	0, 25	1	12		
2	Социально-политические теории и история политических учений	8	0,25	1	12		
3	Политическая власть. Политика и СМИ.	8	0,25	1	12		
4	Политическая система	8	0,25	1	12		
5	Политические режимы	8	0,25	1	12		
6	Политические партии и партийные системы	8	0,25	1	12		
7	Политическая идеология. Политическое сознание. Спорт и политика.	8	1	1	17		
8	Политическая культура.	8	0,25	1	12		
9	Политические элиты и лидерство	8	0,25	1	12		
10	Современные международные отношения и мировая политика. Внешняя и внутренняя политика Россия в современном мире.	8	1	1	17		
Итого за семестр			4	10	130		зачет с оценкой

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

**Кафедра Истории физической культуры,
спорта и Олимпийского образования**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.19 ИСТОРИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Направление подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

направленность
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная и заочная

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) История физической культуры и спорта утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол №1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) История физической культуры и спорта обновлена
на основании решения заседания кафедры
Истории физической культуры, спорта и олимпийского образования
Протокол № 19 от 26 апреля 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Истории физической культуры, спорта и олимпийского образования
Протокол № от «» мая г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Истории физической культуры, спорта и олимпийского образования
Протокол № от «» мая 20г
Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
Истории физической культуры, спорта и олимпийского образования
Протокол № от «» мая20.

Составители: Мельникова Наталия Юрьевна – доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой ИФКСиОО РГУФКСМиТ
Леонтьева Надежда Сергеевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры ИФКСиОО РГУФКСМиТ
Леонтьева Любовь Сергеевна – преподаватель кафедры ИФКСиОО РГУФКСМиТ

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цели освоения дисциплины

Цель предмета ИФКиС - изучение форм, средств и методов, идей и теорий в области физической культуры и спорта, вооружить студентов историческими занятиями, которые они смогут использовать в практике своей будущей специальности. Воспитание историей - важный метод углубления умственной, нравственной и эстетической подготовки будущего педагога, специалиста по связям с общественностью, тренера и организатора в области физической культуры и спорта.

История физической культуры и спорта относится к числу гуманитарных теоретико-педагогических дисциплин, изучаемых в вузах физической культуры РФ, в том числе и в ГЦОЛИФК. Она составляет важный раздел спортивной науки.

История изучает формы, средства и методы, идеи и теории в области физической культуры и спорта. Она рассматривает физическую культуру и спорт как органичную часть всей человеческой культуры, воспитания, образования и оздоровления людей, подготовки их к трудовой и военной деятельности. История прослеживает эволюцию физической культуры и спорта с древнейших времен до наших дней в различных исторических условиях.

История ФК имеет большое образовательное и воспитательное значение, способствует формированию научного мировоззрения, обогащает событиями и фактами прошлого, воспитывает гуманистическую нравственность, прививает любовь к Родине и уважение ко всем народам мира, каждый из которых вносит свой вклад в становление и развитие ФКиС. Ее изучение укрепляет патриотизм, воспитывает чувство национальной гордости.

Перед историей ФКиС стоят следующие основные задачи:

- показать с научных позиций становление, состояние и развитие ФКиС в разные периоды существования человеческого общества;
- раскрыть значение, роль и место ФКиС в жизни общества на разных этапах его развития;
- способствовать формированию научного мировоззрения, исторического самосознания и критического мышления;
- прививать любовь к благородной профессии педагога, тренера, организатора и пропагандиста физкультурного движения;
- способствовать повышению общей культуры, расширению умственного кругозора, обогащению знаний в области ФКиС.

2. Место дисциплины ИФКиС в структуре ООП бакалавриата

В системе теоретико-педагогических дисциплин, которые изучаются в Университете, История физической культуры занимает значительное место. Она принадлежит к профилирующим дисциплинам, помогает будущим бакалаврам и магистрам лучше познать свою профессию и повысить педагогическую культуру, вооружает их исторической перспективой, непосредственно подготавливает к практической деятельности.

Дисциплина органично связана с отдельными элементами ООП:

- базируется на изучении профессиональных дисциплин (модулей) / прохождении отдельных типов практики: История, Философия, Культурология, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, и др.,

- является предшествующей освоению профессиональных дисциплин (модулей) / прохождении отдельных типов практики: Реклама и связи с общественностью в сфере спорта, Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта, Основы антидопинговой деятельности, История и практика спортивной журналистики и др./ Преддипломная практика, Профессионально-творческая практика;

- итоговая оценка уровня сформированности освоенных за период практики компетенций проводится в рамках процедуры государственной итоговой аттестации.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)	
	Наименование	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	4	6
УК-5 Способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**Знать**: как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах **Уметь**: воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах **Владеть**: информацией о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах	*3*	*4*
ОПК-3 Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**Знать**: основные этапы развития отечественной и мировой физической культуры. **Уметь**: анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности. **Владеть**: методами анализа исторических процессов.	*3*	*4*

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, статьи, рецензии, графического моделирования (перевода информации в графическую форму);
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Освоение данной дисциплиной является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла, а также профессионального цикла, курсов по выбору соответствующих циклов, прохождения производственной практики и подготовки к Итоговой Государственной аттестации.

4. Структура и содержание дисциплины «История физической культуры и спорта».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)* Зачет
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Всеобщая история ФКиС	3	6	8	18		
2	История ФКиС России	3	8	10	15		
3	История МСиОД	3	6	10	18		
Итого часов:			**20**	**28**	**51**	**9**	экзамен

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)* Зачет

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Всеобщая история ФКиС	4	1	2	30		
2	История ФКиС России	4	2	2	30		
3	История МСиОД	4	1	2	29		
Итого часов:			**4**	**6**	**89**	**9**	экзамен

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Курс истории физической культуры и спорта состоит из трех основных разделов:

- Всеобщая история физической культуры;
- История физической культуры и спорта в России;
- История международного спортивного и Олимпийского движения.

Темы и краткое содержание.

Введение в предмет.

1. Предмет и задачи курса ИФКиС. Понятие основных дефиниций: история, физическая культура, спорт. Составные части предмета истории ФКиС историография и источниковедение. Использование историей физической культуры и спорта данных гражданской и военной истории, этнографии и археологии, истории педагогики и медицины, истории культуры. Значение истории физической культуры и спорта для формирования научного мировоззрения и всесторонней подготовки специалистов по физической культуре и спорту. Связь ИФКиС с другими дисциплинами учебного плана РГУФКСМиТ.

2. Методология и источники ИФКиС. Становление и развитие ИФКиС как учебной и научной дисциплины. Диалектико-материалистическая концепция в познании явлений и событий всеобщей истории физической культуры и спорта, истории физической культуры и спорта России, СССР, и Российской Федерации, истории международного спортивного и олимпийского движения. Диалектико-материалистическая методология - есть научно-теоретическая основа истории физической культуры и спорта, позволяющая использовать конкретные методы изучения и исследования предмета: историко-теоретический анализ, обобщение и систематизация исторических материалов, проведение исторической аналогии, сопоставление и сравнение, системный, структурный и статистический анализ, письменный опрос, интервьюирование, обобщение практики развития физической культуры у народа мира. Периодизация, историография, источники ИФКиС, методы ее

изучения. Обзор отечественной и зарубежной историографии, истории физической культуры и спорта.

Раздел 1. Всеобщая история физической культуры и спорта.

Тема 1.1. *Возникновение и первоначальное развитие физической культуры и спорта в первобытном обществе.*

Основные теории происхождения физической культуры: трудовая, культовая, биологическая. Роль труда, культовых и других обрядов в становлении и развитии общества и его культуры. Охота - важный Фактор возникновения и первоначального развития физической культуры. Появление новых форм трудовой деятельности (скотоводство, земледелие, рыболовство и др.) и их влияние на возникновение физических упражнений и игр. Игры натуралистические, символические и состязательные.

Физическое воспитание в родовом обществе. Его связь с военным делом, трудом, культовыми обрядами и другими сторонами общественной жизни.

Игры и физические упражнения у древних народов Австралии, Европы, Африки, Азии, Америки.

Физическое воспитание в период разложения первобытного общества в различных регионах мира.

Тема 1.2. *Физическая культура и спорт в государствах древнего мира*.

Исторические условия и особенности развития физической культуры и спорта в странах древнего Востока (Месопотамия, Египет, Ассирия, Вавилон, Персия, Индия, Китай, Япония).

Физическая культура и спорт в Древней Греции. Физические упражнения и игры на Крите и в Микенах. Отражение физических упражнений, игр и состязаний в «Илиаде» и «Одиссее».

Возникновение и развитие спартанской и афинской систем физического воспитания в классический период. Гимнастика и агонистика, их содержание и направленность. Олимпийские игры античного мира, их характеристика. Мифы и легенды о происхождении Игр. 0лимпийские праздники и их значение в культурной жизни Древней Греции. Значение исторического опыта древнегреческих Олимпийских игр. Панафинейские, Немейские, Истмийские, Пифийские игры, Гереи.

Вопросы физического воспитания в древнегреческой философии, медицине, литературе и искусстве (Сократ, Гиппократ, Платон, Аристотель, Фидий, Поликлит).

Физическая культура и спорт в Греции в конце классического периода и в период эллинизма. Профессиональный атлетизм. Упадок физического воспитания и запрещение Олимпийских игр.

Физическая культура в Древнем Риме. Физическое воспитание в царский и республиканский периоды Древнего Рима. Основные средства и методы физического воспитания. Физическая подготовка в римской армии. ФКиС в императорский период. Место физических упражнений в цирковых зрелищах. Состязание и игры в Римской империи. Физическая подготовка в

гладиаторских школах. Восстание под руководством Спартака.

Вопросы физического воспитания в трудах римских педагогов, врачей, философов и поэтов.

Основные итоги развития ФКиС в древнем мире. Их влияние на последующее совершенствование ФКиС в обществе.

Тема 1.3. *Физическая культура и спорт в средние века. Краткая характеристика средневековья. Особенности развития ФКиС в феодальном обществе Европы.*

Период раннего и развитого средневековья. Физические упражнения, игры в быту, трудовой и военной подготовки народных масс. ФКиС горожан.

Стрелковые и фехтовальные братства и их роль в борьбе горожан с феодалами. Отношение церкви к физической культуре в средние века.

Военно-физическая подготовка феодальной знати. Появление рыцарской системы физического воспитания в странах Европы. Ее направленность, организация. Рыцарские турниры.

Период позднего средневековья. Упадок рыцарской системы военно-физической подготовки, возникновение дворянской системы воспитания. Превращение фехтовальных и стрелковых братств в замкнутые аристократические спортивные объединения.

Своеобразие развития физической культуры и спорта в эпоху средневековья народов Азии, Африки, Америки, Океании.

Развитие педагогических идей физического воспитания в эпоху Возрождения (Леонардо да Винчи, Уильям Гарвей, Андреас Везалий).

Физическое воспитание в трудах и деятельности гуманистов. Школа Витторино де Фельтре. Труд И. Меркуриалиса «Об искусстве гимнастики» и его значение для развития методики физического воспитания и лечебной гимнастики.

Мысли французских гуманистов Ф. Рабле и М. Монтеня о физическом воспитании. Физическое воспитание в педагогическом учении великого славянского педагога Яна Амоса Коменского.

Ранние социалисты-утописты: Т. Мор и Т. Кампанелла о физическом воспитании. Возвращение забытых олимпийских традиций.

Исторический опыт средневековой ФКиС и его влияние на ход их развития в последующие столетия.

Тема 1.4. *Физическая культура и спорт в Новое время (XVII – нач. XX в.в.).*

Общая характеристика и особенности развития физической культуры и спорта в буржуазном обществе.

Развитие педагогических и идейно-теоретических основ физического воспитания и спорта в Европе. Взгляды на физическое воспитание Д. Локка, Ж.-Ж. Руссо, И.-Г. Песталоцци, Р. Оуэна, Ш. Фурье, К. Маркса, Ф. Энгельса, Ф. Ницше, Г. Спенсера, Ж. Демени. Возникновение и развитие гимнастических и спортивно-игровых систем в Германии, Швеции, Франции, Чехии, Англии. Их значение для дальнейшего развития организационно-методических основ гимнастики, спорта и игр.

Спортивно-гимнастическое движение в Западной Европе и Северной

Америке в конце XIX и начале XX века. Физические упражнения и игры народов Азии, Африки, Латинской Америки, Океании.

Модернизация старых систем физического воспитания в конце XIX - начале XX века. Развитие теории физического воспитания. Система гимнастики Ж. Демени. Естественный метод Ж. Эбера. Индивидуальные гимнастические системы (Мюллер, Далькроз и др.). Создание Христианского союза молодежи и католических спортивных клубов, организаций «Маккаби», «Скаутов». Их деятельность в области физического воспитания.

Предпринимательские фабрично-заводские спортивные клубы и их сущность. Возникновение и развитие рабочих спортивно-гимнастических организаций в Германии, Болгарии, Франции и других странах. Попытка создания международной спортивно-гимнастической рабочей организации (Гент, 1913 г.).

Рекреационное движение и физическое воспитание в странах Европы, Америки, Австралии. Связь его с развитием инфраструктуры крупных городов, развитием производства, ухудшением экологии и т.д. Физическое воспитание и спорт в колониальных и зависимых странах.

Развитие любительского и профессионального спорта. Создание национальных спортивных союзов и федерации по видам спорта и их деятельность. Физическое воспитание и спорт накануне и в годы первой мировой войны.

Тема 1.5. *ФКиС с начала 20-х годов до окончания II МВ.*

Итоги первой мировой войны и их влияние на развитие физической культуры и спорта в обществе.

Преобразование физического воспитания и спорта в Германии, Италии, Японии, США, Англии, Франции, Болгарии, Чехословакии и других стран. Введение новых методов физического воспитания (К. Гаульгофер, М. Штрайхер, Н. Бук и др.). Усиление государственного контроля над деятельностью спортивных организаций. Повышение интересов государств к развитию гимнастики, спорта и игр.

Спортивное движение накануне второй мировой войны. Усиление милитаризации и фашизации физического воспитания и спорта. Участие спортсменов в отрядах сопротивления и их борьба против фашизма в годы второй мировой войны.

Тема 1.6. *ФКиС в странах мира (вторая половина XX – начало XXI в.в.).*

Новая историческая обстановка и ее влияние на развитие ФКиС в послевоенный период. Политическое и экономическое развитие стран мира и его влияние на спортивно-гимнастическое движение. ФКиС в развитых странах запада. Физическое воспитание и спорт в учебных заведениях США, ФРГ, Великобритании, Франции, Италии, Скандинавских стран, Японии.

Самодеятельное спортивно-гимнастическое движение: Рабочий спорт, «Спорт для всех», Спорт и церковь. Развитие олимпийского спорта в крупнейших странах мира.

ФКиС в развивающихся странах. Распад колониальной системы и начало активного развития спорта в странах Африки, Азии, Латинской Америки.

Активное участие развивающихся стран в крупнейших международных соревнованиях и международных спортивных объединениях. Успехи развивающихся стран в Олимпийском движении.

Физическая культура и спорт в бывших социалистических странах (конец 40-х - начало 90-х годов). Создание органов государственного руководства, развитие самодеятельного спортивного движения, использование опыта Советского союза в подготовке кадров, формировании юношеского спорта, развитии научно-методических основ физической культуры и спорта, системы спортивных соревнований и спортивной классификации. Успехи бывших стран социализма в развитии массового спорта и спорта высших результатов.

Основные тенденции развития спорта в крупнейших странах мира в конце XX – начале XXI века.

Раздел 2. История физической культуры и спорта России.

Тема 2.1. *Физическая культура и спорт нашей страны с древнейших времен до XVIII века.*

Возникновение игр и физических упражнений у древнейших народов Севера и Юга нашей страны.

Физическое воспитание у скифов, славян и в Древнем русском государстве. Роль традиционных физических упражнений и игр в самобытном воспитании подрастающего поколения. Военно-физическая подготовка княжеских дружин.

Отражение физических упражнений и игр в литературных памятниках, летописях, народном эпосе («Поучение чадам своим» Владимира Мономаха, «Слово о полку Игореве», народные былины) и в других эпических произведениях.

Развитие физической культуры как составной части общей культуры в русском централизованном государстве. Усиление дворянской системы воспитания. Физическое воспитание боярских и дворянских детей. Военно-физическая подготовка русского войска. Лыжная рать в русском войске.

Роль народных игр и физических упражнений для развития физических, моральных и волевых качеств русского и других народов России. Популярность на Руси стрельбы из лука, верховой езды, борьбы и кулачного боя, плавания и катания на лодках, ходьбы на лыжах и метания камней.

Отношение церкви и государства к народным физическим упражнениям и играм.

Первые попытки теоретического обоснования физического воспитания для физического развития и укрепления здоровья человека. Вопросы физического воспитания в книге Абу-Али Ибн-Сины (Авиценны) «Книга исцеления», «Канон врачебной науки» и в педагогическом сочинении Епифания Славинецкого «Гражданство обычаев детских».

Тема 2.2. *Физическая культура и спорт Российской империи с XVIII до второй половины XIX века.*

Подъем экономики, укрепление оборонной мощи, совершенствование государственного аппарата, рост науки, техники, просвещения в эпоху

царствования Петра I и его преемников. Влияние петровских реформ на развитие физического воспитания привилегированных классов. Введение физического воспитания в учебные заведения. Создание основ военно-физической подготовки в русской армии и военно-морском флоте (Петр I, А.В. Суворов, Ф.Ф. Ушаков, М.И. Кутузов).

Физическое воспитание и спорт в быту народов Российской Империи. Самобытная форма физических упражнений и игр у народов России, Украины, Белоруссии, Закавказья, Средней Азии, Прибалтики, Финляндии.

Отражение физического воспитания в художественной литературе и изобразительном искусстве.

Спорт и игры в быту дворянства. Открытие в Москве, Петербурге, Одессе и других городах частных школ плавания, гимнастики, фехтования, стрельбы, верховой езды.

Создание в первой половине XIX в. закрытых частных аристократических спортивных клубов. Первые спортивные соревнования для гражданских лиц и военнослужащих.

Создание первых пособий по основам техники, тактики, методики отдельных видов спорта (Б. Фишер, Тевенот, Н.В. Соколов, И.Е. Севербрик). Проникновение в дворянскую среду спортивных игр.

Отражение вопросов физического воспитания в общественной и педагогической мысли (В.Н.Татищев, И.И. Бецкой, Н.И. Новиков, А.Н. Радищев). Вопросы физического воспитания в трудах академиков М.В. Ломоносова, А.П. Протасова и др. русских ученых. В.Г. Белинский и А.И. Герцен о физическом воспитании.

Тема 2.3. *Развитие физической культуры и спорта во II половине XI в.*

Экономическое, политическое и культурное развитие Российской Империи и его значение для дальнейшего распространения физической культуры и спорта в стране.

Развитие идейно-теоретических и научных основ системы физического воспитания и спорта. Вопросы физического воспитания в трудах врачей, педагогов и других ученых. Н.Г. Чернышевский и Н.А. Добролюбов о физическом воспитании. Физическое воспитание в научных и педагогических взглядах И.М. Сеченова, И.П. Павлова, К.Д. Ушинского, Е.А. Покровского, Е.А. Дементьева. Учение П.Ф. Лесгафта о физическом образовании и его педагогическая деятельность. Дальнейшее развитие научно-методической мысли в трудах В.В. Гориневского, В.Е. Игнатьева, В.С. Пирусского и других представителей русских ученых и методистов. Прогрессивный характер отечественной науки о физическом воспитании.

Физическая подготовка в учебных заведениях и в армии. Реформы народного образования 60-70-х годов и попытки улучшения физического образования в кадетских корпусах России, в гимназиях, в учительских семинариях, реальных училищах. Трудности внедрения физического воспитания в учебные заведения страны. Попытки российской интеллигенции расширить внеклассные и внешкольные формы занятий. Создание Общества содействия физическому развитию учащейся молодежи (ОСФРУМ).

Введение в русской армии в конце 50-х – начале 60-х годов обязательных форм физической подготовки. Военная реформа 1874 года и усилия Военного министерства по улучшению военно-физической подготовки солдат и офицеров русской армии. Вклад в разработку методики и теории физической подготовки русской армии генералов М.И. Драгомирова и А.Д. Бутовского.

Исторические предпосылки развития спорта в России. Создание спортивных клубов. Рост демократических сил в спортивно-гимнастическом движении. Любительский, профессиональный спорт, рекреативные формы физической культуры и спорта. Виды спорта, ставшие особенно популярны в России к концу XIX века: борьба, тяжелая атлетика, конькобежный, лыжный, гребной и парусный спорт, стрельба, фехтование, велоспорт, конный спорт, шахматы, шашки. Спорт в российской армии.

Крупнейшие спортивные клубы России. Выход спортсменов России на международную арену. Первые победы в международном спорте. Меценатство и благотворительность в спорте (В.Ф. Краевский, М.О. Кистер, Г.И. Рибопьер, Г.А. Крестовников, С.Т. Морозов и др.).

Создание первых Всероссийских Союзов по видам спорта. Связь их с международными спортивными ассоциациями.

Проникновение олимпийских идей в Россию. Вступление России в международное олимпийское движение. А.Д. Бутовский – первый представитель России в составе МОК. Его вклад в развитие олимпизма в стране.

Тема 2.4. *Физическая культура и спорт в России с начала XX века.*

Общественное движение и российский спорт. Крупнейшие события в жизни России, влияние их на развитие спорта в стране. Расширение меценатства и благотворительности в спорте (Г.И. Рибопьер, С.К. Белосельский-Белозерский, Л.В. Урусов, Н. Султан Крым Гирей и др). Усиление внимания государственных и общественных организаций к физическому воспитанию и спорту в учебных заведениях России. Создание системы внешкольных спортивно-гимнастических организаций (отряды «потешных», скауты, «соколы», «маккаби»), развитие студенческого спорта.

Дальнейшее развитие теории и методики физического воспитания и спорта в трудах В.В. Гориневского, В.Е. Игнатьева, А.С. Виренуса, А.К. Анохина, Н.А. Панина, А.Б. Котова, В. Крамаренко, А. Крассуской и др.

Развитие спорта и участие русских спортсменов в международных соревнованиях. Формирование спортивных центров в России. Ведущая роль Москвы, Санкт-Петербурга, Киева и Риги в развитии отечественного спорта. Создание спортивных лиг и союзов. Выдающиеся спортсмены, их победы в международном спорте. Представительство России в Международном Олимпийском Комитете. Первые олимпийские старты российских спортсменов.

Подготовка правительственных и спортивных организаций России к участию в Играх V Олимпиады. Образование Российского олимпийского комитета. Анализ результатов выступления команды России на Играх V Олимпиады. Поиски новых путей развития спорта в России. Создание Канцелярии Главнонаблюдающего за физическим развитием народонаселения

России, организация Всероссийских олимпиад и Всероссийских гигиенических выставок, формирование всероссийских союзов и лиг по видам спорта, расширение международных спортивных связей, попытка ввести нормативные основы физической культуры.

Русский спорт в годы первой мировой войны. Участие спортивных организаций в подготовке резервов для фронта, спортивное движение в тылу.

Тема 2.5. *Физическая культура и спорт в России: от революционных событий 1917 года до конца 30-х годов.*

Состояние спортивно-гимнастического движения в России в период от февраля до октября 1917 г. Победа партии большевиков. Установка правительства на демократизацию школы, улучшение физического воспитания молодежи, развитие массовых форм физической культуры и спорта. Подчинение деятельности физкультурных и спортивных организаций коммунистической идеологии.

Организация физкультурной работы в первые годы Советской власти в центре и на местах. Деятельность в области ФКиС органов Наркомпроса (А.В. Луначарский), Всевобуча (Н.И. Подвойский) и Наркомздрава (Н.А. Семашко). Организация подготовки физкультурных кадров. Роль комсомола – проводника политики партии большевиков в организации физкультурной работы среди молодежи. Образование СССР (1922 г.). Особенности развития ФКиС с начала и до конца 20-х годов. Поиски новых форм и методов физического воспитания. Дискуссии о путях развития новой системы физического воспитания, место в ней спорта. Образование общества «Динамо», спортивного клуба Армии и их роль в развитии спорта. Вступление в Красный Спортивный Интернационал (КСИ). Разрушение старых организационно-методических связей, ликвидация спортивных лиг, клубов, союзов. Причины неучастия советских спортсменов в Олимпийских играх, чемпионатах мира и Европы.

Трудности и недостатки в работе физкультурных организаций. Усиление партийного руководства физкультурным движением. Постановление ЦК РКП(б) «О задачах партии в области физической культуры» от 13 июля 1925 г. Введение секционного метода спортивной работы. Всесоюзная спартакиада 1928 года. Постановление ЦК ВКП(б) от 23 сентября 1929 г. «О физкультурном движении». Его роль в формировании дальнейших путей развития советского физкультурного движения.

Основные тенденции развития ФКиС в конце 20-х и начале 30-х годов. Внутренние и внешние причины, влиявшие на развитие физической культуры и спорта. Учреждение Всесоюзного совета физической культуры при ЦИК СССР и Всесоюзного комитета по делам ФКиС при СНК СССР. Переход на производственный принцип организации самодеятельного физкультурного движения. Создание коллективов физической культуры. Введение комплекса «Готов к труду и обороне СССР», учреждение оборонно-прикладных нормативов и значков. Противоборство двух политических систем в мире и его влияние на развитие физической культуры и спорта.

Установка правительства и партийного руководства на рост спортивного мастерства.

Установление почетного звания «Заслуженный мастер спорта» и его первые обладатели. Введение Единой всесоюзной спортивной классификации. Создание добровольных спортивных обществ (ДСО).

Становление советской школы спорта. Тенденция к развитию спорта высших достижений.

Физическая культура и спорт в союзных республиках. Всесоюзные парады и праздники как одна из форм пропаганды массовой физической культуры и спорта.

Трудности в организации физического воспитания детей, учащейся молодежи, в развитии юношеского спорта. Развитие науки о физическом воспитании и спорте. Основные направления научных исследований. Выдающиеся ученые в области научных знаний. Система спортивной тренировки. Имена выдающихся советских спортсменов. Рекордсмены мира.

Возвращение в международное спортивное движение (парашютный, стрелковый, авиаспорт). Проявление тенденций культа личности Сталина в жизни общества в конце 30-х – начале 40-х годов. Их проявление в деятельности физкультурных организаций. Необоснованные репрессии против руководителей физкультурного движения, спортсменов, педагогов, ученых. Утверждение командно-административной системы и ее влияние на государственные и общественные органы управления физкультурным движением. Состояние физкультурного движения в стране накануне Великой Отечественной войны.

Тема 2.6. *Физкультурное движение в годы ВОВ*

Перестройка физкультурного движения на военный лад в годы войны. Участие физкультурных организации в работе органов всеобщего военного обучения. Место физической подготовки в программе всеобщего военного обучения. Формы и методы физической подготовки. Создание ОМСБОНа.

Боевые подвиги спортсменов. Работа физкультурных организаций по восстановлению здоровья и боеспособности раненых солдат и офицеров Красной Армии средствами лечебной физической культуры.

Физическое воспитание учащейся молодежи на службе обороны Родины. Организация массовой военно-спортивной работы среди учащихся школ и студентов. Создание добровольного спортивного общества «Трудовые резервы». Спортивно-массовая работа в годы Великой Отечественной войны.

Восстановление системы Всесоюзных первенств по видам спорта. Рост спортивных достижений.

Тема 2.7. *Физическая культура и спорт в стране со второй половины 40-х годов до распада СССР.*

Окончание второй мировой воины и переход страны к мирной жизни: трудности, связанные с восстановлением народного хозяйства и культуры. Недостатки в организации и проведении физкультурной и спортивной работы в послевоенные годы. Всесоюзные физкультурные парады и их значение в восстановлении физкультурно-спортивного движения в стране.

Содержание постановления ЦК ВКП(б) от 27 декабря 1948 г. о развитии физкультурного движения в стране и повышении мастерства советских

спортсменов. Изменения в государственных (1953, 1959, 1968, 1986 гг.) и общественных (1957, 1960, 1981, 1987 гг.) формах руководства физкультурным движением. Причины этих изменений.

Руководители физкультурного движения: Н.Н. Романов (1945-1948 и 1950-1962 гг.), А.Н. Аполлонов (1948-1950 гг.), Ю.Д. Машин (1962-1968 гг.), С.П. Павлов (1968-1983 гг.), М.В. Грамов (1983-1988 гг.), Н. Русак (1989-1992 гг.), и характеристика их деятельности.

Спартакиады народов СССР, их роль и место в физкультурном движении. ФКиС в союзных республиках.

Недостатки в работе по комплексу ГТО. Причины утраты его популярности среди народа.

Физическое воспитание подрастающего поколения в послевоенные годы: достижения, трудности, недостатки, проблемы. Проблемы физической культуры и спорта в сельской местности. Подготовка физкультурных кадров в стране: потребности и обеспеченность. Состояние материальной базы физкультурного движения, наличие спортивных сооружений, оборудования, инвентаря. Их количество, качество и коэффициент полезного действия. Развитие спорта для всех (формы, методы, средства).

Дальнейшее развитие науки о физическом воспитании и спорте. Формирование научных школ по основным направлениям спортивной науки. Мысли выдающихся ученых Н.М. Амосова и других о роли и значении использования физических упражнений в целях сохранения и улучшения здоровья человека и его творческого долголетия. Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О дальнейшем подъеме массовости физической культуры и спорта» (1981 г.). Причины и механизмы, тормозившие развитие массового физкультурного движения в стране: застойные явления в экономической и социально-культурных сферах, «остаточный» принцип финансирования соцкультбыта и недостаточное внимание к этой области общественности. Углубление перекоса между массовостью и мастерством с явным ущербом для первого, ведомственные барьеры в использовании спортивных сооружений, физкультурных кадров. Административно-командные методы управления физкультурным движением.

Международные спортивные связи физкультурных организаций в послевоенные годы. Выход советского спорта на международную спортивную и олимпийскую арену. Вступление физкультурных организаций в международные спортивные объединения. Создание НОК СССР и его признание МОК.

Дебют советских спортсменов на Играх Олимпиад (1952 г.) и Олимпийских зимних играх (1956 г.). Постепенный рост авторитета отечественной школы спорта в международном и олимпийском движении. Анализ выступления советских спортсменов на Олимпийских играх от Хельсинки до Барселоны и от Кортина д’Ампеццо до Альбервиля: успехи, неудачи, трудности.

Распад СССР и образование СНГ (1991 г.), создание объединенной команды независимых государств (ОКНГ). Россия в составе СНГ. Выступление

ОКНГ на Олимпийских играх в Барселоне и Альбервилле.

Тема 2.8. *Физическая культура и спорт в РФ после распада СССР.*

Распад СССР и проблемы развития физической культуры и спорта в России. Ликвидация всесоюзных структур управления физкультурным движением.

Суверенный статус России и преобразование структур управления физической культурой и спортом.

Формирование государственных органов управления и общественных спортивных организаций в РФ.

Создание Олимпийского комитета России (01.12.1989 г.), преобразование Госкомитета СССР по физической культуре и спорту в Комитет содействия олимпийскому движению при правительстве Российской Федерации (18.12.1991 г.), создание Координационного Совета по физической культуре и спорту при правительстве РФ (01.06.1992 г.), Комитета РФ по физической культуре и туризму (30.05.1994 г.).

Укрепление правового регулирования отношений в области физической культуры и спорта. Принятие «Основ законодательства Российской Федерации о физической культуре и спорте» (27.04.1993 г.).

Совершенствование системы физкультурного образования в России, подготовка спортивного резерва в ДЮСШ, СДЮСШОР, ШВСМ, УОР и др. Возрастание роли всероссийских спортивных федераций по видам спорта, физкультурно-спортивных обществ, профсоюзов и ведомственных физкультурных организаций. Развитие спортивной науки, деятельность Олимпийских академий в РФ.

Поиски новых структур руководства ФКиС. Создание Министерства по ФК, спорту и туризму (08.06.1999 г.), Государственного Комитета РФ по физической культуре, спорту и туризму (март 2000 г.), Государственного Комитета РФ по ФКиС (апрель 20002 г.), Совета при президенте РФ по ФКиС (октябрь 2002 г.), Федерального агентства РФ по физической культуре, спорту и туризму при Минздраве и социальной защиты (март 2004 г.), Федерального агентства РФ по физической культуре, спорту (декабрь 2004 г.); Министерства спорта, туризма и молодежной политики (май 2008 г.); Министерства спорта (май 2012 г.); пересмотр и принятие нового Федерального закона РФ «О физической культуре спорте в Российской Федерации» (декабрь 2007). Развитие олимпийских и не олимпийских видов спорта, спорта инвалидов. Тенденция к развитию профессионального спорта в РФ.

Состояние массового спорта в стране. Спартакиады России, стран СНГ. Поиски новых форм развития «спорта для всех» и спорта высоких достижений.

Принятие Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006-2015 год (январь 2006 г.).

Международные спортивные связи РФ. Признание НОК России и российских спортивных федераций со стороны МОК и АМСФ.

Первое выступление спортсменов суверенной России на XVII Олимпийских зимних играх в Лиллехаммере (1994 г.) и на Играх XXVI Олимпиады в Атланте (1996 г.). Анализ результатов выступления сборных

команд на Олимпийских зимних и Паралимпийских зимних играх в Нагано (1988 г.), в Солт-Лейк-Сити (2002 г.), в Турине (2006 г.), в Ванкувере (2010 г.), на XXII Олимпийских зимних Играх (Сочи, 2014 г.). Анализ результатов выступления сборных команд на Играх Олимпиад в Сиднее (2000 г.), Афинах (2004 г.), Пекине (2008 г.), Лондоне (2012 г.).

Подготовка сборных команд РФ к XXIII Олимпийским зимним играм (Пхёнчхан, 2018 г.). Участие спортсменов РФ в других крупнейших международных соревнованиях: первенствах мира, Всемирных военных играх, Всемирных играх по неолимпийским видам спорта, Игах доброй воли и др. Новые формы взаимодействия Министерства спорта, туризма и молодежной политики и Олимпийского Комитета России. Избрание Сочи столицей XXII Олимпийских зимних и XI Паралимпийских зимних Игр.

Раздел 3. История международного спортивного и Олимпийского движения.

Тема 3.1. *Возникновение и первоначальное развитие международного спортивного и олимпийского движения.*

Исторические предпосылки возникновения международного спортивного и олимпийского движения в XIX веке. Расширение экономических, политических и культурных связей между странами и их влияние на возникновение и развитие международного спортивного и олимпийского движения (МСиОД). Активизация общественного движения в странах мира за улучшение физического воспитания молодежи. Археологические раскопки Олимпии. Развитие спорта и создание первых международных спортивных федераций. Первый международный атлетический (Олимпийский) конгресс. Повестка дня.

Образование международного Олимпийского комитета (МОК), утверждение его Хартии.

Цели и задачи МОК. Пьер де Кубертен (1863-1937 гг.) – инициатор создания МОК и основатель современного олимпийского движения, его жизнь и деятельность. «Ода спорту», ее содержание, отражение в ней гуманистических ценностей олимпизма. Вступление России в Олимпийское движение. Российские единомышленники Пьера де Кубертена. Члены МОК для России – их вклад в развитие олимпийского движения. Игры I-V Олимпиад. Их анализ. Влияние Игр Олимпиад на дальнейшее развитие международного и олимпийского движения, рост спортивных результатов. Олимпийские конгрессы.

Тема 3.2. *МСиОД в первой половине XX века*.

Международная обстановка и ее влияние на расширение спортивного и олимпийского движения.

Новые международные спортивные объединения. Международный студенческий спорт. Региональные Игры. Чемпионаты мира и Европы. Международное рабочее спортивное движение. Создание Люцернского и Красного рабочих спортивных интернационалов. Организация и проведение всемирных рабочих спортивных Олимпиад в Германии (1925 г.), Австрии (1931

г.), Бельгии (1937 г.), всемирных рабочих спортивных Игр в Осло и Москве (1928г.). Деятельность МОК и его президентов. Расширение географии олимпийского движения, совершенствование организации и проведения Игр. Хронология Игр Олимпиад и Олимпийских зимних игр первой половины XX века. Протесты против проведения Игр XI Олимпиады в фашистской Германии. Причины отказа СССР от участия в олимпийском движении (1924-1936 гг.). Кризисные явления в олимпийском движении.

Олимпийские конгрессы. Совершенствование методов подготовки атлетов. Повышение уровня спортивно-технических достижений спортсменов. Выдающиеся спортсмены мира первой половины XX века.

Тема 3.3. *Международное спортивное и олимпийское движение во второй половине XX века – начале XXI в.*

Историческая обстановка послевоенного периода и ее влияние на международную спортивную жизнь.

Научно-технический прогресс и развитие МСиОД. Дальнейшая интернационализация и демократизация МСиОД. Создание новых международных спортивных организаций: АНОКов (1968 г.), АМСФ (1967 г.), Международного Совета физической культуры и спорта при ЮНЕСКО (1958 г.), Европейского Совещания министров спорта (1989 г.), Международного Комитета армейского спорта (1991 г.), Международного арбитражного спортивного суда (1998 г.), Всемирного Антидопингового агентства (2000 г.) и др.

Основные изменения в содержании Олимпийской Хартии. Олимпийские конгрессы: X - в Варне (1973 г.), XI – в Баден-Бадене (1981 г.) и XII – в Париже (1994 г.), XIII – в Копенгагене и их значение для развития международного и олимпийского движения по демократическому пути.

Новые крупнейшие международные соревнования: Игры Доброй воли (1986 г.), Игры профессиональной принадлежности (1948 г.), экстремальные игры (1995 г.), Мировые игры по неолимпийским видам спорта (1981 г.), Всемирные Универсиады (1959 г.), Игры религиозной принадлежности (1948 г.), Региональные (1951 г.), Паралимпийские (1960 г. – Рим) и др.

Всемирные научные конгрессы и их роль в развитии спортивной науки. Совершенствование системы подготовки спортсменов, рост мировых и олимпийских достижений в спорте. Имена выдающихся олимпийских и мировых чемпионов.

Роль МСиОД в установлении и укреплении связей между народами мира.

Взаимосвязь МОК с ООН и другими международными организациями. Современный МОК: основные задачи, социальный состав, структура, местонахождение, коммерческая деятельность. Проблемы современного международного спортивного и олимпийского движения и пути их решения.

Президенты МОК, их вклад в развитие олимпизма в мире. Организация и проведение Игр Олимпиад от Лондона (1948 г.) до Рио де Жанейро (2016 г.) и Олимпийских зимних Игр от Санкт-Морица (1948г.) до Сочи(2014г.).

Главные итоги более чем 100-летнего пути развития олимпийского движения. Основные проблемы МСиОД. Реформы МОК (1998-2017 гг.).

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «История физической культуры и спорта»

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине «История физической культуры и спорта». (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Вопросы к экзамену по курсу
«История физической культуры и спорта»
Введение в предмет

1. Что изучает предмет история физической культуры?
2. Что составляет научно-теоретическую, методологическую основу изучения истории физической культуры и спорта?
3. Назовите основные периоды и источники истории физической культуры и спорта.
4. В чем состоит значение истории ФКиС для подготовки специалистов в этой области?
5. Каковы структура и содержание учебника истории ФКиС?

Всеобщая история физической культуры

1. Какие существовали взгляды ученых на происхождение физических упражнений и игр?
2. Каковы особенности первоначального развития физической культуры в первобытном обществе?
3. Как происходило развитие физической культуры в странах Древнего Востока?
4. Из каких основных разделов состояла древнегреческая гимнастика?
5. Какие имелись различия в системах физического воспитания в Спарте и Афинах?
6. Где, как и когда проводились олимпийские праздники и другие древнегреческие игры? В чем их общественное значение?
7. Каковы особенности развития физической культуры в Древнем Риме?
8. Как отражались вопросы физического воспитания в трудах древних философов, врачей, скульпторов и поэтов?
9. Каковы причины упадка физической культуры в Древней Греции и Древнем Риме? В чем он проявлялся?
10. Каковы особенности развития физической культуры в средние века?
11. Как относилась средневековая церковь к физическому воспитанию в

различных регионах мира?
12.Каким было содержание физической подготовки феодалов? В чем значение рыцарских турниров?
13.Какие игры получили распространение в средние века?
14.Как народные массы использовали физические упражнения и игры в борьбе за свои интересы?
15.Какова роль фехтовальных и стрелковых обществ в средневековых городах Европы?
16.Каковы особенности развития физической культуры в период средневековья в различных регионах земного шара? (Азия, Африка, Америка, Австралия, Европа).
17.Каковы взгляды гуманистов и ранних социалистов-утопистов на физическое воспитание человека?
18.Какое значение имело развитие физической культуры и спорта в средние века для последующих столетий?
*19.*Дайте краткую характеристику особенностей развития физической культуры и спорта с середины XVII века до начала XX века.
20.Как рассматривались вопросы физического воспитания в педагогических и философских теориях в странах Западной Европы в XVIII и XIX веков? Что в них общего и различного?
21.Каковы причины возникновения национальных гимнастических и спортивно-игровых систем? В чем различие этих систем?
22.Почему в странах континентальной Европы (Германия, Франция, Швеция) задачи физического воспитания решались преимущественно посредством гимнастики, а в Англии и США - спорта и игр?
23.Назовите виды спорта, гимнастики и игр, получивших наибольшее распространение в странах мира в конце XIX века.
24.Какие причины лежат в основе возникновения самостоятельных рабочих спортивных организаций?
25.В чем причина разделения спорта на любительский и профессиональный в Новое время?
26.Какие исторические условия определили появление гимнастических организаций «Сокол»? В чем сущность Сокольского движения?
27.Что такое рекреационное движение в области физической культуры и спорта?
28.Что нового внес в педагогическую теорию физического воспитания Ж. Демени?
29. Какие формы и методы работы скаутских организаций, предпринимательских спортивных клубов и Союза христианской молодежи Вы знаете?
30.В чем проявилась милитаризация физического воспитания и спорта в странах мира в годы I Мировой войны? В чем сущность метода Ж. Эбера?
31.Как шло развитие любительского и профессионального спорта в XIX и в начале XX века?
32.Назовите основные исторические факторы, которые оказали большое

влияние на развитие физической культуры и спорта в первой половине XX века.
33.Назовите основные направления развития физической культуры и спорта в Германии, США, Италии, Японии и в других странах накануне Второй мировой войны.
34.Дайте характеристику развитию рабочего спорта в Чехословакии, Финляндии, Германии в первой половине XX века.
35.Как повлияли итоги Первой мировой войны на постановку физического воспитания в школах зарубежных стран?
36.В чем сущность естественной школьной гимнастики К. Гаульгофера, М. Штрайхер и основной гимнастики Н. Бука?
37.Как использовалось спортивное движение в милитаристских целях?
38.Какие изменения произошли в развитии физической культуры и спорта в зарубежных странах во второй половине XX века?
39.Каковы особенности развития физической культуры и спорта в бывших социалистических странах? В чем причины успешного выступления спортсменов этих стран на Олимпийских играх в 50-80-е годы XX века?
40.Назовите особенности развития физической культуры в странах Африки, Азии и Латинской Америки после II Мировой войны.
41.Какие основные черты характеризуют развитие физической культуры и спорта в странах мира во второй половине XX - начале XXI вв.?
42.Дайте характеристику развитию физического воспитания и спорта в учебных заведениях зарубежных стран на современном этапе?
43.Как развивается олимпийских спорт, «Спорт для всех», церковный, рабочий, профессиональный спорт в зарубежных странах во второй половине XX века?
44.Каковы достижения зарубежных стран на Играх Олимпиад и Олимпийских зимних играх во второй половине XX - начале XXI вв.?
45.«Спорт для всех». Дайте характеристику этому явлению.
46.Какие страны мира особенно преуспели в развитии спорта в последнее десятилетие? Как Вы думаете, в чем причина этого успеха?
47.Коммерциализация современного спорта.

История физической культуры и спорта России

1. Какие физические упражнения и игры древних народов Севера и Юга России входили в состав самобытной системы физического воспитания? Какова связь этой системы с трудом, военным делом и бытом народа?
2. В чем своеобразие физического воспитания у древних славян и в Древнем русском государстве?
3. В чем основные различия развития физической культуры народных масс и господствующего класса?
4. Как рассматривались вопросы физического воспитания в медицинской (Авиценна) и педагогической (Славинецкий) литературе в период раннего феодализма?
5. Какое влияние оказали реформы, введенные в России в начале XVIII века, на развитие физической культуры и спорта?
6. С какого времени, и в каких учебных заведениях России вводится

физическая подготовка как обязательный предмет?
7. Как складывалась и развивалась система физической подготовки в русской армии?
8. Каковы особенности развития в России народных форм физического воспитания в XVIII-XIX вв.? Какое отражение они нашли в литературе, поэзии, искусстве?
9. Какие причины лежат в основе развития спорта и игр в быту дворянства России XVIII-XIX вв.? Назовите виды спорта, игры и методические пособия к ним.
10. Какое отражение нашли вопросы физического воспитания в педагогической (И.И. Бецкой, Н.И. Новиков) и философско-публицистической (А.Н. Радищев, В.Г. Белинский, А.Н. Герцен) литературе?
11. Как происходило развитие идейно-теоретических (Н.Г. Чернышевский, Н.А. Добролюбов), педагогических (К.Д. Ушинский) и естественнонаучных (И.М. Сеченов, И.П. Павлов, Е.А. Покровский, Е.А. Дементьев) основ физического воспитания?
12. Раскройте учение П.Ф. Лесгафта о физическом образовании и расскажите о его педагогической деятельности.
13. Как было организовано физическое воспитание в школах и других учебных заведениях в конце XIX и в начале XX века?
14. Какие причины лежат в основе возникновения современных видов спорта в России и создания спортивных клубов?
15. Как шло развитие теории и методики физического воспитания и спорта (В.В. Гориневский, В.Е. Игнатьев, В.П. Пирусский, Б. Котов, Н. Панин) в начале XX века.
16. Какие виды спорта получили наибольшее развитие в России? Назовите лучших спортсменов-пионеров русского спорта.
17. Какое участие принимала Россия в создании МОК и проведении первых Олимпийских игр?
18. Как выступали спортсмены России на Олимпийских играх и в других международных соревнованиях?
19. Назовите причины проведения Российских Олимпиад.
20. Каково было состояние спортивно-гимнастического движения в России накануне Февральской революции?
21. Какие изменения в развитии физической культуры и спорта произошли в нашей стране после победы большевиков?
22. Как развивалось физкультурное движение в первые годы Советской власти? Какие трудности оно испытывало?
23. В чем состояла суть постановлений ЦК РКП(б) от 13 июля 1925 г. и ЦК ВКП(б) от 23 сентября 1929 г.?
24. В чем проявилось укрепление государственных и общественных основ советской системы физического воспитания в довоенные годы?
25. Какое значение имели и с какой целью вводились комплексы ГТО и другие военно-прикладные нормативы и значки в 30-е г.?
26. Как происходило и какие трудности испытывало физическое воспитание в

школах и других учебных заведениях в 20-е и 30-е гг.?
27.Каковы были достижения советских спортсменов в эти годы? Когда и почему было введено почетное звание «Заслуженный мастер спорта»?
28.Какое значение для развития физкультурного движения имела Всесоюзная Спартакиада 1928 г.?
29.Назовите имена ведущих отечественных ученых и примеры развития науки о физической культуре и спорте в довоенные годы.
30.Какое влияние оказало создание административной системы и возникновение культа личности Сталина на состояние физической культуры и спорта в конце 30-х гг.?
31.Каковы особенности участия советских спортсменов в международных соревнованиях в 20-е и 30-е гг.?
32.Каковы особенности развития физкультурного движения в СССР в годы Второй мировой войны?
33.Назовите и дайте характеристику основным формам работы физкультурных организаций по военно-физической подготовке населения в годы войны?
34.Приведите примеры мужества и героизма, проявленные советскими спортсменами на фронтах Войны.
35.Как происходило дальнейшее развитие и восстановление массового физкультурного движения, и повышение мастерства спортсменов в послевоенные годы?
36.Как развивалась наука о физическом воспитании и спорте в послевоенный период?
37.Какие изменения произошли в развитии физического воспитания и спорта в школах и других учебных заведениях?
38.Какие изменения произошли в международных спортивных связях СССР в послевоенный период? Чем это было обусловлено?
39.Когда и где состоялся дебют советских спортсменов на Играх Олимпиад и Олимпийских зимних играх? Каковы его итоги? Каковы основные итоги выступления наших спортсменов на Олимпийских играх от Рима до Барселоны, от Скво-Вэлли до Альбервилля?
40.Назовите задачи, этапы и значение Спартакиад народов СССР и их роль в развитии советского физкультурного движения.
41.В чем причины упадка популярности комплекса ГТО в 70-80-е годы?
42.Как повлияли застойные явления в экономике, политике и культуре на состояние и развитие ФКиС в период «развитого социализма»?
43.Какие проблемы встали перед физкультурным движением России в связи с распадом СССР и образованием СНГ?
44.Какие органы государственного и общественного руководства в области физической культуры и спорта созданы в Российской Федерации?
45.Когда был создан Олимпийский комитет России и каковы его задачи?
46.Где, когда и с какими результатами состоялось первое самостоятельное выступление команды Российской Федерации на Олимпийских зимних играх и Играх Олимпиад?
47.Расскажите о результатах выступлений команды России на XVII

Олимпийских зимних Играх (Лиллехаммер - 94 г.) и Играх XXVI Олимпиады в Атланте 1996 г.

48. Участие российских спортсменов в XVIII Олимпийских зимних играх в Нагано (1998 г.), XIX – в Солт-Лейк-Сити (2002 г.), XX – в Турине (2006 г.), XXI - в Ванкувере (2010 г.), XXII - в Сочи (2014 г.) и Играх XXVII Олимпиады в Сиднее (2000 г.), XXVIII – в Афинах (2004 г.), XXIX – в Пекине (2008 г.), XXX - в Лондоне (2012 г.)..

49. Что предпринимается правительством РФ, Федеральным Агентством РФ в вопросах укрепления здоровья населения, роста авторитета российского спорта на международной арене?

50. Как готовилась Россия к XXII Олимпийским зимним Играм 2014 .?

51. Сочи – столица XXII Олимпийских зимних и XI Паралимпийских зимних Игр.

История международного спортивного и олимпийского движения

1. Какие исторические предпосылки лежат в основе возникновения международного спортивного и олимпийского движения?
2. Назовите основные виды спорта и международные спортивные объединения конца XIX и начала XX века.
3. На каком конгрессе был создан МОК, принята Хартия и определены сроки проведения Игр первой Олимпиады.
4. Какова роль П. де Кубертена в становлении и развитии современного олимпийского движения?
5. Какие виды спорта входили в программу Игр I Олимпиады современности? Спортсмены каких стран наиболее успешно выступали на этих Играх? Назовите их имена.
6. В чем значение Игр I Олимпиады современности для дальнейшего развития олимпийского движения.
7. Где проходили Игры Олимпиад до начала Первой мировой войны? Что характерно для этих Игр? Назовите имена наиболее выдающихся спортсменов (1896-1912 гг.)
8. Какое влияние оказала международная обстановка первой половины XX века на МСиОД?
9. Какие новые МСФ и новые формы проведения Игр и соревнований возникли в первой половине XX века?
10. Расскажите об Играх Олимпиад и Олимпийских зимних играх в период между Первой и Второй мировыми войнами.
11. Назовите имена выдающихся спортсменов, чемпионов Игр Олимпиад, Олимпийских зимних игр первой половины XX века.
12. Как шло развитие международного рабочего спортивного движения в первой половине XX века?
13. Назовите имена президентов МОК конца XIX - первой половины XX века. Какова их роль в развитии олимпийского движения.
14. Что Вы знаете об олимпийской символике и атрибутике?
15. Какие вопросы рассматривались на Олимпийских конгрессах первой половины XX века?

16.Расскажите об истории создания и содержании «Оды спорту».
17.Какие изменения произошли в развитии международного спортивного движения после II Мировой войны? Чем они были вызваны?
18.Какие факты свидетельствуют о расширении международного спортивного движения в послевоенный период?
19.Назовите крупнейшие международные спортивные соревнования второй половины XX века. Дайте им характеристику.
20.Игры Доброй воли. Как они возникли, какие задачи решали, какова их судьба?
21.Что изменилось в программе Олимпийских игр в последнее десятилетие?
22.Что входит в содержание понятий «олимпизм», «олимпийское движение», «Олимпийские игры»?
23.Расскажите о соотношении спортивных сил на Играх Олимпиад в конце 40-х – начале 90-х гг. С чем связаны изменения соотношений этих сил?
24.Какие кризисные явления наметились в международном Олимпийском движении в начале 70-х годов? С чем они были связаны?
25.Что Вы знаете о бойкоте в международном олимпийском движении?
26.Назовите президентов МОК второй половины XX века. Каков их вклад в развитие международного олимпийского движения?
27.В чем состоят основные итоги X, XI, XII Олимпийских конгрессов?
28.Олимпийские зимние игры 50-х - 80-х годов. Расскажите, как страны мира выступали в них.
29.Что изменилось в Олимпийском движении в начале 90-х годов? Какие события вызвали эти изменения?
30.Расскажите об итогах Игр в Альбервилле - 92 г. и Барселоне - 92 г.
31.Чем вошли в историю международного олимпийского движения XVII Олимпийские зимние игры в Лиллехаммере в 1998 г.? Как выступали в них страны мира?
32.Расскажите об Играх XXVII Олимпиады в Сиднее (Австралия) - 2000 г.
33.Как прошли Олимпийских зимние игры от Солт-Лейк-Сити (США) в 2002 г. до Ванкувера в 2010 г. Какова динамика расстановки сил по итогам Игр?
34.Дайте анализ Игр Олимпиад от Афин (Греция, 2004 г.) до Лондона (2012 г.)
35.Что Вы знаете о современных региональных играх? Какую роль они играют в развитии международного спортивного и олимпийского движения?
36.АНОК - дайте характеристику этой организации.
37.АМСФ. Что Вы знаете о ее деятельности?
38.Современный МОК. Дайте характеристику его состава, содержанию деятельности.
39.Олимпийская Хартия. Что Вы знаете о ней?
40.Шестой президент МОК М. Килланин. Какой вклад он внес в развитие международного олимпийского движения?
41.Х.А. Самаранч - седьмой президент МОК. Каковы заслуги его в развитии международного олимпийского движения?
42.Проблемы современного международного спортивного и олимпийского

движения. Расскажите, что предпринимается для их решения.
43. Каковы итоги более чем 100-летнего развития Олимпийского движения?
44. Явления коррупции в МОК и международном спорте. Что предпринимается в борьбе с ними?
45. Дайте анализ Игр XXX Олимпиады в Лондоне (2012 г.) и XXI Олимпийских зимних игр в Ванкувере (2010 г.). Какова расстановка сил по итогам Игр?
46. Ж. Рогге – восьмой президент МОК.
47. Расскажите о Паралимпийских и других международных Играх людей с ограниченными возможностями.
48. Томас Бах - девятый президент МОК.
49. Что Вы знаете о получении г. Сочи права проведения XXII Олимпийских зимних и XI Паралимпийских зимних Игр?

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

а) основная литература:

1. Мельникова, Н.Ю. История физической культуры и спорта : учеб. в образоват. учреждениях, реализирующих образоват. прогр. высш. проф. образования, проф. подгот. по дисциплине "Ист. физ. культуры и спорта" : рек. федер. гос. бюджет. образоват. учреждением высш. проф. образования "Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена" / Н.Ю. Мельникова, А.В. Трескин. - М.: Сов. спорт, 2013. - 392 с.: ил. 209808
2. Мельникова, Н.Ю. История физической культуры и спорта : учебник / А.В. Трескин; Н.Ю. Мельникова .— 2-е изд., с изм. и доп. — Москва : Спорт : Человек, 2017 .— 432 с. : ил. https://lib.rucont.ru/efd/641192/info
3. Нахаева, Е. М. История физической культуры и спорта : учебное пособие / Е. М. Нахаева, Н. В. Минина. – Минск : РИПО, 2022. – 204 с. : ил. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=697643
4. Пельменев, В. К. История физической культуры : учебное пособие для вузов / В. К. Пельменев, Е. В. Конеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 184 с. https://urait.ru/book/istoriya-fizicheskoy-kultury-516433

б) дополнительная литература:

1. История физической культуры и спорта : антология / Н.Ю. Мельникова [и др.]. - М.: Русь-Олимп, 2010. - 255 с.: ил. 187987
2. История физической культуры и спорта : антология. Кн. 2. - М.: Русь-Олимп, 2011. - 319 с.: ил. 193306

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Фильмы об истории международного спортивного и олимпийского движения, в том числе подготовленные в сотрудничестве с ОКР, Центральной олимпийской академией и кафедрой ИФКСиОО.
2. Официальный сайт кафедры ИФКСиОО http://history.sportedu.ru
3. Официальный сайт МОК www.ioc.org

4. Официальный сайт Международного Паралимпийского комитета paralympic.org
5. Официальный сайт Паралимпийского комитета РФ http://paralymp.ru/
6. Официальный сайт ОКР http://www.olympic.ru/
7. Официальный сайт ЦОА http://coa.sportedu.ru/
8. Официальный сайт Минспорта РФ http://www.minsport.gov.ru/
9. Официальные сайты НОК, НСФ
10. Официальные сайты МСФ
11. Официальные сайты федераций РФ по видам спорта
12. Официальные сайты Оргкомитетов Олимпийских игр
13. Официальные сайты периодической печати в области физической культуры и спорта.

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины «История физической культуры и спорта».

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе "Гарант"(настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине "История физической культуры и спорта" для обучающихся Гуманитарного института 2 курса, направления подготовки 42.03.01" Реклама и связи с общественностью" направленность «Спортивная реклама и PR"» очная и заочная формы обучения.

1.ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Истории физической культуры, спорта и Олимпийского образования
Преподаватель Долгополова Е.Ф., Леонтьева Н.С.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3 семестр для очной формы обучения, 4 семестр - заочное обучение.

Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ.

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1.	Контрольная работа 1 Всеобщая История ФКиС	*4*	*6*
2.	Контрольная работа 2 История ФКиС СССР и РФ	*7*	*6*
3.	Контрольная работа 3 История МСиОД	*10*	*6*
4.	Тест	*12*	*25*
5.	Опрос 1 Всеобщая История ФКиС	*3*	*2*
6.	Опрос 2 История ФКиС СССР и РФ	*6*	*2*
7.	Опрос 3 История МСиОД	*9*	*2*
8.	Доклад, презентация	*4-12*	*6*
9.	Реферат	*6-11*	*10*
10.	Таблицы	*3-12*	*15*
11.	***Дифференцированный зачёт***	*12*	*20*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1.	Доклад, презентация	*6*
2.	Реферат	*10*
3.	Таблицы	*15*

Заочное отделение

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимися, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

**Кафедра Истории физической культуры,
спорта и Олимпийского образования**

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.19 "ИСТОРИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА"

Направление подготовки
42.03.01" Реклама и связи с общественностью"

Направленность
«Спортивная реклама и PR"

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет *3* зачетные единицы, 108 ч.

2.Семестр освоения дисциплины: *3 семестр для очного отделения; 4 семестр для заочного отделения.*

3. Цель освоения дисциплины: изучение форм, средств и методов, идей и теорий в области физической культуры, спорта; рассмотреть процесс становления и развития олимпийского движения. Дисциплина дает профессиональные знания, способствует гуманистическому развитию личности, имеет важное значение для формирования мировоззренческой позиции будущего педагога, специалиста по связям с общественностью, организатора работы с молодежью в сфере физической культуры и спорта.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

УК-5, ОПК-3

5. Краткое содержание дисциплины

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Всеобщая история ФКиС	3	6	8	18		
2	История ФКиС России	3	8	10	15		
3	История МСиОД	3	6	10	18		
Итого часов:			**20**	**28**	**51**	**9**	**Экзамен**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Всеобщая история ФКиС	4	1	2	30		
2	История ФКиС России	4	2	2	30		
3	История МСиОД	4	1	2	29		
Итого часов:			**4**	**6**	**89**	**9**	**Экзамен**

LIМИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт _ гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.20 «Отечественная литература»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): __ Спортивная реклама и PR ___
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института гуманитарного_
Протокол № 1 от «26» сентября_2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20_ г.

Составитель:
Капустина Юлия Александровна, старший преподаватель кафедры иностранных языков и лингвистики

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

1. Цель освоения дисциплины (модуля). Целями освоения дисциплины являются формирование у студентов системы ориентирующих знаний об отечественной литературе от фольклора до наших дней как о цельном социокультурном процессе; создание возможности использовать знание шедевров отечественной литературы в профессиональной деятельности при подготовке рекламных и PR-проектов.

2. Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Отечественная литература» относится к циклу Б1.О.20. Освоение русской литературы требует от обучающегося актуализировать и использовать для освоения нового материала дисциплин, входящих в базовую часть Гуманитарного, социального и экономического цикла (Б.1): знаний в области истории, философии, культурологии, социологии, без которых невозможно полноценное понимание закономерностей литературного процесса изучаемой эпохи.

Курс «Отечественная литература» методически и содержательно связан с такими дисциплинами, как «Зарубежная литература», «История отечественной журналистики», «Риторика», «Русский язык и культура речи», «Стилистика текста».

В свою очередь, знания по основным разделам курса является необходимой основой для успешного овладения практическими навыками в профессиональной подготовке будущего выпускника.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7

УК-5	*Знать:* специфику изучаемых этапов литературного развития различных стран в контексте культуры, о высших достижениях отечественной литературы; своеобразие изучаемого литературного периода в соотнесении его как с предшествующей, так и с последующей литературной эпохой; историко-литературное значение произведений и потенциала их «актуализации» в современную эпоху.	*2*		*2*
ОПК-3	*Уметь:* формировать индивидуальное отношение к тексту; использовать полученные знания для развития своего творческого потенциала, уметь при подготовке профессиональных материалов использовать палитру разнообразных языковых изобразительно-выразительных средств и пр.	*2*		*2*
ОПК-3	*Владеть:* основами проблемного анализа; навыками чтения и конспектирования необходимой литературы, работы с исследовательской литературой, учебными пособиями, словарями-справочниками.	*2*		*2*

Знать специфику изучаемых этапов литературного развития различных стран в контексте культуры, о высших достижениях отечественной литературы; своеобразие изучаемого литературного периода в соотнесении его как с предшествующей, так и с последующей литературной эпохой; историко-литературное значение произведений и потенциала их «актуализации» в современную эпоху. (УК-5)

Владеть основами проблемного анализа; навыками чтения и конспектирования необходимой литературы, работы с исследовательской литературой, учебными пособиями, словарями-справочниками. (ОПК-3)

Уметь формировать индивидуальное отношение к тексту; использовать полученные знания для развития своего творческого потенциала, уметь при подготовке профессиональных материалов использовать палитру разнообразных языковых изобразительно-выразительных средств и пр. (ОПК-3)

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет __2____ **зачетные единицы**, ___72_____ **академических часа**.

_очная и заочная____ формы обучения

Очная___ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Фольклор и древнерусская литература XI-XVII вв.	2	2	5	8		
2	Русская литература XVIII в.	2	2	5	8		
3	Русская литература XIX века	2	3	6	12		
4	Русская литература XX века	2	3	6	12		зачет
Итого часов:							72

_Заочная__ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Фольклор и древнерусская литература XI-XVII вв.	2	1		15		
2	Русская литература XVIII в.	2	1		15		
3	Русская литература XIX века	2		2	18		
4	Русская литература XX века	2		2	18		
							Зачет
Итого часов:							72

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

В данном разделе приводится перечень видов оценочных средств, используемых для промежуточной аттестации. Оценочные средства по дисциплине (модулю) формируются в виде типовых контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. Приводятся темы курсовых работ и др.

Содержание зачетных требований для студентов очной и заочной форм обучения:

Вопросы для устного ответа:

1. Периодизация и жанровое своеобразие русской литературы.
2. Понятие о фольклоре. Жанры фольклора, его собиратели. Обрядовая поэзия.
3. Древнерусские летописи. Основные жанры древнерусской литературы.
4. Житийная литература «Повесть о Петре и Февронии».
5. Древнерусские хождения. Афанасий Никитин.
6. Воинская повесть. «Повесть о разорении Рязани Батыем».
7. Повести XVII века. «Повесть о Фроле Скобееве».
8. Сатира XVII века. «Шемякин суд».
9. Своеобразие русской литературы XVIII века. Русский классицизм.
10. «Недоросль» Фонвизина: особенности конфликта, система образов, язык комедии.
11. Русский сентиментализм. Поэзия Дмитриева. «Бедная Лиза» Карамзина.
12. Общественное и историко-литературное значение комедии Грибоедова «Горе от ума»
13. Романтизм как литературное направление. Особенности русского романтизма первой четверти XIX века
14. Пушкин. Романтические поэмы
15. Изображение характеров, человеческих страстей и душевных переживаний в «Маленьких трагедиях» Пушкина
16. Особенности драматургии в «Маленьких трагедиях» Пушкина
17. Народность в творчестве Пушкина
18. Трагедия Пушкина «Борис Годунов» и русская драматургия. Особенности конфликта. Проблема историзма. Жанровое новаторство
19. Образ Петра Первого в творчестве Ломоносова и Пушкина
20. Историческая тема в литературе XVIII- XIX веков
21. Романтизм Лермонтова
22. Реализм и романтизм в драме Лермонтова «Маскарад»
23. Тема «маленького человека» в творчестве русских писателей XIX века
24. Проблематика «петербургских повестей» Н.В. Гоголя. Художественная природа гротеска и фантастики

25. Драматургия Островского: отражение проблем современного общества.
26. Русская драматургия от Фонвизина до Островского
27. Тема русской почвы в романе И.С. Тургенева «Дворянское гнездо». Лаврецкий как славянофил и лишний человек. Идеалы поколений в творчестве Тургенева
28. Поэзия «чистого искусства»: основные темы, образный мир
29. Герои А.П. Чехова в поисках общей идеи
30. Ф.М. Достоевский – создатель социально-психологического романа
31. «Воскресение» - новый тип романа в творчестве Л.Н. Толстого и в истории русской литературы

32. Социально-политический и культурный фон развития русской литературы рубежа XIX-XX веков. Черты стиля эпохи

33. Символизм как мировоззрение и стиль. Декадентство и символизм

34. Н. Гумилев – теоретик акмеизма и поэт. Романтическое в творчестве Н. Гумилева

35. Сатирическое в творчестве В. Маяковского до Октября

36. Своеобразие поэтической образности в лирике С. Есенина

37. Сатирическая повесть 30-х годов XX века

38. Литературные платформы и художественная практика РАППА и «Перевала»

39. Значение художественных открытий Булгакова и Шварца для драматургии 80-90-х годов.

40. Человек, народ, история в романе М. Шолохова «Тихий Дон»

41. Трилогия А.Толстого «Хождение по мукам»

42. Герой и автор в поэме А. Твардовского «Василий Теркин»

43. Концепция войны в романе В. П. Астафьева «Прокляты и убиты»

44. Военная тема в прозе, поэзии, драматургии

45. Исторический роман. Концепция человека и истории в романах советских писателей и русского зарубежья

46. Поэтическое творчество Высоцкого

47.Стилевой «плюрализм» русского постмодернизма

48. Триллер и ремейк в современной русской прозе

49. Гоголевские мотивы в современной прозе («Голова Гоголя» А. Королева, «Капитан Диктштейн» М. Кураева)

50. Реалистические традиции «неоклассической прозы» (Распутин, Астафьев, Айтматов)

Примерные темы рефератов.

1. Миф – метафора – символ в повестях А.И. Куприна.
2. Поэтическое в прозе И.А. Бунина (от «Антоновских яблок» до «Жизни Арсеньева»).
3. Экспрессионизм раннего творчества Л. Андреева.

4. Миф и фольклор в стиле Н. Клюева и С. Есенина.
5. Живописное и музыкальное в творчестве футуристов (И. Северянин, В. Хлебников, В. Каменский и Б. Пастернак).
6. Творчество М. Горького до Октября как художественный документ эпохи.
7. Эстетика театра В. Маяковского («Баня», «Клоп»).
8. Тема любви в творчестве С. Есенина (от «Москвы кабацкой» к «Персидским мотивам» и поздней лирике).
9. Советский солдат в поэзии К. Симонова и А. Суркова.
10. Проблема творческой личности в романах В. Набокова («Дар», «Отчаяние»).
11. Проблемы культуры и науки в произведениях М. Булгакова.
12. Авторская песня как социальный и эстетический феномен.
13. Реальное и мифологическое в романе «Знак зверя» О. Ермакова.
14. Традиции «физиологического» очерка в современной «натуральной прозе».
15. Гоголевские мотивы в повести «Голова Гоголя» А. Королева.
16. «Биологические» фантазии А. Кима «Поселок кентавров» и В. Пелевина «Жизнь насекомых».
17. Сюрреализм рассказов Ю. Мамлеева.
18. Духовные поиски героев религиозной прозы 90-х гг. XX века.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

1) Основная литература:

1. Гуковский Г.А. Русская литература 18 века : учеб. для студ. вузов: рек. М-вом общ. и проф. образования РФ / Г.А. Гуковский. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 453 с.
2. Древнерусская литература. - М.: Дрофа, 2011. - 415 с.
3. Красовский, В. Е. Русская литература : учебник для вузов / В. Е. Красовский, А. В. Леденев ; под общей редакцией В. Е. Красовского. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 650 с. https://urait.ru/book/russkaya-literatura-512596
4. Кусков В.В. История древнерусской литературы : учеб. для студентов вузов: рек. м-вом образования РФ / Кусков В.В. - 7-е изд. - М.: Высш. шк., 2008. - 336 с.: ил.
5. Чурляева, Т. Н. История отечественной литературы : учебное пособие : [16+] / Т. Н. Чурляева ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 140 с. : ил., табл. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576180

2) Дополнительная литература:

1. Рассадин С. Русская литература : От Фонвизина до Бродского / Рассадин Станислав Борисович. - М.: Слово/Slovo, 2001. - 287 с.: ил.
2. История русской литературы 11-19 веков : В 2 ч.: Учеб. пособие для студентов вузов по спец. Филология: Рек. М-вом образования РФ. Ч. 1 / ред. Громова Л.Д., Курилов А.С. - М.: Владос, 2000. - 272
3. История русской литературы 11-19 веков : В 2 ч.: Учеб. пособие для студентов вузов по спец. Филология: Рек. М-вом образования РФ. Ч. 1 / ред. Громова Л.Д., Курилов А.С. - М.: ВЛАДОС, 2000. - 272 с.
4. Минералова И.Г. Русская литература серебряного века : Поэтика символизма: Учеб. пособие по спец. педагог. образования, для студентов вузов, обучающихся по спец. 032900 - рус. яз. и литература: Доп. УМО / Минералова Ирина Георгиевна. - 2-е изд. - М.: Флинта: Наука, 2004. - 269 с.

5. Русская литература 20 века : в 2 т. : учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений, обучающихся по специальности 032900 - Рус. яз. и лит. : доп. М-вом образования РФ. Т. 2: 1940 - 1990-е годы / ред. Кременцов Л.П. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ACADEMIA, 2003. - 457 с. 117461
6. Русская литература 20 века : в 2 т. Т. 1: 1920 - 1930-е годы : учеб. пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений, обучающихся по специльности 032900 - Рус. яз. и лит. : доп. М-вом образования РФ / ред. Кременцов Л.П. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ACADEMIA, 2003. - 496 с. 117460
7. Хрестоматия по древней русской литературе : [11-17 вв.] / сост. Гудзий Н.К. - М.: Аспект Русская литература. 19 век. От Крылова до Чехова : учеб. пособие. - СПб.: ПАРИТЕТ, 2001. - 414 с.

3) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Отечественная литература» для обучающихся Гуманитарного института___1___курса, направления подготовки/ специальности__42.03.01 Реклама и связи с общественностью_ направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR» очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: _ **Кафедра иностранных языков и лингвистики, главный корпус, ауд.509.** e-mail: sportedu.ru

Сроки изучения дисциплины (модуля): 2 семестр

Форма промежуточной аттестации: 2 семестр - зачет

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

<u>Очное отделение</u>

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выступление на семинарах:* *1.* Русский эпос. Былины. Исторические песни. 2.Древнерусская литература. Система жанров. 3. Литература переходного периода (конец 17 – 1 чет.18 в.). Тематика и основные формы сатирических повестей. 4. Русское просветительство. Классицизм. 5. Русский сентиментализм. Карамзин. 6. Романтизм. Особенности русского романтизма 1чет.19 в.; Жуковский; Пушкин. 7. Русский реализм. Пушкин, Лермонтов, Гоголь. 8. Реализм Тургенева, Достоевского, Л.Толстого, Чехова. 9. Особенности литературного процесса рубежа веков. Поэзия «Серебряного века».	*28 неделя* *29 неделя* *30 неделя* *31 неделя* *32 неделя* *33 неделя* *34 неделя* *35 неделя* *36 неделя* *37 неделя* *38 неделя*	*4* *4* *4* *4* *4* *4* *4* *4* *4* *4* *4*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	10. Русская литература первой половины XX века. Соцреализм. Запрещенная литература: творчество Булгакова. 11. Повести и романы второй половины XX – начала XXI века.		
3	*Написание реферата на предложенную тему*	*В течение семестра*	*10*
4	*Тестирование*	*37 неделя*	*10*
5	*Посещение занятий*		*16*
6	*Зачет*		*20*
	ИТОГО		***100***

<u>Заочное отделение</u>

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	**Фольклор и древнерусская литература XI-XVII вв.**	**2**	**1**		**15**		
2	**Русская литература XVIII в.**	**2**	**1**		**15**		
3	**Русская литература XIX века**	**2**		**2**	**18**		
4	**Русская литература XX века**	**2**		**2**	**18**		
							Зачет
Итого часов:							**72**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выполнение практического задания по разделу «Фольклор и древнерусская литература. Русская литература XVIII в. », пропущенному студентом*	*25*
3	*Тестирование по теме «Русская литература XIX и XX веков», пропущенной студентом*	*20*

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт гуманитарный

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.20 Отечественная литература

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018__г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет *2* зачетные единицы.

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):** *2 семестр*

3. Цель освоения дисциплины (модуля): Целями освоения дисциплины являются формирование у студентов системы ориентирующих знаний об отечественной литературе от фольклора до наших дней как о цельном социокультурном процессе; создание возможности использовать знание шедевров отечественной литературы в профессиональной деятельности при подготовке рекламных и PR-проектов.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать специфику изучаемых этапов литературного развития различных стран в контексте культуры, о высших достижениях отечественной литературы; своеобразие изучаемого литературного периода в соотнесении его как с предшествующей, так и с последующей литературной эпохой; историко-литературное значение произведений и потенциала их «актуализации» в современную эпоху. (УК-5)

Владеть основами проблемного анализа; навыками чтения и конспектирования необходимой литературы, работы с исследовательской литературой, учебными пособиями, словарями-справочниками. (ОПК-3)

Уметь формировать индивидуальное отношение к тексту; использовать полученные знания для развития своего творческого потенциала, уметь при подготовке профессиональных материалов использовать палитру разнообразных языковых изобразительно-выразительных средств и пр. (ОПК-3)

4. Краткое содержание дисциплины (модуля):
_Очная___ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	

1	**Фольклор и древнерусская литература XI-XVII вв.**	**2**	**2**	**5**	**8**		
2	**Русская литература XVIII в.**	**2**	**2**	**5**	**8**		
3	**Русская литература XIX века**	**2**	**3**	**6**	**12**		
4	**Русская литература XX века**	**2**	**3**	**6**	**12**		**зачет**
Итого часов:							**72**

_Заочная__ форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	**Фольклор и древнерусская литература XI-XVII вв.**	**2**	**1**		**15**		
2	**Русская литература XVIII в.**	**2**	**1**		**15**		
3	**Русская литература XIX века**	**2**		**2**	**18**		
4	**Русская литература XX века**	**2**		**2**	**18**		
							Зачет
Итого часов:							**72**

ФФедеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.21. ЭТНОЛОГИЯ И ЭТНОПСИХОЛОГИЯ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная /заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного Института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № 29 от «05» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__ » ___ 201_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__» ___ 201_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____ 201___ г.

Составитель:
Кошелева Анна Владимировна – доктор культурологии, доцент, зав.кафедрой рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент: Балаева Ольга Евгеньевна – к.ф.н., доц., доцент кафедры Философии и социологии РГУФКСМиТ

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Этнология и этнопсихология» является: подготовить выпускника успешно работать в избранной сфере деятельности, способствовать его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда. Дать знания и понимание этнических и этнопсихологических проблем человека в современном мире, этнических ценностей мировой и российской культуры; сформировать представление об этнических и этнопсихологических особенностях межкультурного диалога.

Сформировать умение использовать в профессиональной деятельности знания этнологии и этнопсихологии, так как в век информационных технологий они особенно востребованы в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к разряду модуля обязательной дисциплины вариативной части базового гуманитарного, социального и экономического цикла – Б1.0.21 Дисциплина «Этнология и этнопсихология» изучается на очной форме обучения – на четвертом курсе в седьмом семестре, на заочной – на пятом курсе в девятом семестре

Место дисциплины в ряду таких курсов как «Основы психологии и психология массовых коммуникаций», «Философия», «Религиоведение», «Основы психологии», «История отечественной культуры в контексте мирового культурного развития».

В дальнейшем понятие культура и история культуры, рассматриваемые в курсе «Этнология и этнопсихология» дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Психология рекламы и связей с общественностью», «Этикет делового общения», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы », «Коммуникации в гендерном измерении».

Дисциплина «Этнология и этнопсихология» имеет междисциплинарный характер. В связи с этим она является важным звеном в профессиональной подготовке бакалавров, так как углубляет и расширяет знания по выше

перечисленным учебным дисциплинам. Таким образом, расширяются знания в профессиональной сфере и, тем самым, даются интегративные познания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) для продолжения образования в магистратуре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5	УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	7		9
	УК-5.2. Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
	УК-5.3. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	7		9
	УК-5.4. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
	УК-5.5. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации. УК-5.6. Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	7		9
ОПК-3	ОПК-3.1.Демонстрирует кругозорв сфере отечественного и мирового культурного процесса			

	ОПК-3.2. Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности ОПК-3.3.Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.			

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единиц**, 108 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Предмет, методы и проблемы современной этнологии и этнопсихологии.	7	4	6	14		
2	Раздел 2. Основы этнологии и этнопсихологии	7	4	6	14		
3	Раздел 3 Межэтнические отношения, связи и конфликты	7	6	8	16		
4	Раздел 4. Современная этническая картина России и мира	7	6	8	16		
Итого за семестр		7	20	28	60		Зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Предмет, методы и проблемы современной этнологии и этнопсихологии.	9	0,25	1	20		
2	Раздел 2. Основы этнологии и этнопсихологии	9	0,25	1	20		
3	Раздел 3 Межэтнические отношения, связи и конфликты	9	1,5	4	27		
4	Раздел 4. Современная этническая картина России и мира	9	2	4	27		
Итого за семестр		9	4	10	94		Зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Становление этнологии как науки.

2. Предмет и методы этнологии.
3. Эволюционизм в этнологии и современные неоэволюционные теории.
4. Методологические подходы к изучению этнокультуры и этнопсихологии
5. Российская школа в этнологии.
6. Функционализм и структурализм в этнологии и их основные идеи.
7. Американская школа исторической этнологии.
8. Этнопсихологическая школа в этнологии.
9. Сущность и основные идеи культурного релятивизма.
10. Проблема этноса и этничности в современной науке.
11. Основные теории этноса.
12. Этногенез и его основные формы.
13. Теория этногенеза Л.Н. Гумилева.
14. Типы этнических процессов.
15. Хозяйственно-культурная классификация этносов.
16. Структура психологии этноса.
17. Этническая идентичность и ее основные формы.
18. Национализм в межэтнических отношениях.
19. Природа и сущность этнических стереотипов.
20. Этнопсихология в рекламе
21. Этнокультурные особенности рекламы.
22. Сущность этнической культуры.
23. Формы и результаты межкультурного взаимодействия.
24. Формы межэтнических контактов и их результаты.
25. Коренные народы и этнические меньшинства.
26. Типы межэтнических конфликтов.
27. Природа межэтнических конфликтов.
28. Основные причины этнических конфликтов.
29. Динамика и типология этнических конфликтов.
30. Способы урегулирования этнических конфликтов.
31. Современная этническая картина мира.
32. Современные хозяйственно-культурная особенности
33. Образ рекламы в этнокультуре.
34. Межкультурные связи в профессинальной деятельности
35. Современных проблем в области этнокультуры и этнопсихологии
36. Формы и тенденции развития современных деловых отношений в области этнологии и этнопсихологии
37. Этнопсихологический аспект в рекламе.
38. Этнокультурные отношений в сфере спорта
39. Этнопсихологические отношения в международных спортивных командах
40. Этнокультурные ценности народов мира
41. Этнокультура народов России
42. Этнокультурные особенности рекламы

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Евсеев, В. А. Этнология и социальная антропология: учебное пособие для вузов / В. А. Евсеев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. https://urait.ru/book/etnologiya-i-socialnaya-antropologiya-518283
2. Ермаков В. А.Этнопсихология. Хрестоматия: учебно-методический комплекс. Издательство: Евразийский открытый институт, 2011- 391 с. www.biblioclub.ru
3. Клягин Н. В. Современная антропология: учебное пособие. – М.: Логос, 2014 – 624 с. www.biblioclub.ru
4. Лурье. С.В. Историческая этнология : учеб. пособие для вузов. - М.: Акад. проект: Гаудеамус, 2004. - 623 с. www.biblioclub.ru
5. Мандель, Б. Р. Этнопсихология : иллюстрированный учебник : учебник / Б. Р. Мандель. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 413 с. : ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=2756
6. Садохин А. П., Грушевицкая Т. Г Основы этнологии: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015. -351с.
7. Тавадов Г. Т. Этнология: учебник. –М: «Дашков и К°», 2016 – 408 с. www.biblioclub.ru
8. Тавадов, Г.Т. Этнология : учебник / Г.Т. Тавадов .— 2-е изд. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2018 .— 408 с. https://lib.rucont.ru/efd/689481/info
9. Титова Т. А Этнология: учебник. - Издательство Казанского университета, 2017- 340 с.
10. Трифонова, С. А. Этнопсихология и конфликтология : учеб. пособие / Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова; С. А. Трифонова .— Ярославль : ЯрГУ, 2013 .— 116 с. https://lib.rucont.ru/efd/272183/info

11. Этнопсихология: учебно-методическое пособие для бакалавров Издательство: Орловский государственный институт искусств и культуры, 2015 – 120 с. www.biblioclub.ru

б) Дополнительная литература:

12. Аброзе Е. А. Психология моды: культурологический обзор. – М.: Директ-Медиа, 2016-230с. www.biblioclub.ru
1. Леви-Строс, К. Миф и значение: Этнопсихология / Леви-Строс Клод // Развитие личности. - 2004. - № 3. - С. 166-183.
2. Лурье, С.В. Психологическая антропология : история, современное состояние, перспективы : учеб. пособие для вузов : доп. Науч.-метод. Совет по культурологии М-ва образования РФ / С.В. Лурье. - [2-е изд.]. - М.: Акад. проект: Альма Матер, 2005. - 623 с.
13. Мандель Б. Р. Этнопсихология: иллюстрированный учебник.- М.: Директ-Медиа, 2015-412 с. www.biblioclub.ru
3. Мельникова, Е.В. Культура и традиции народов мира : (этнопсихолог. аспект) / Е.В. Мельникова. - М.: Диалог культур, 2006. - 303 с.
4. Мынжасарова, Ш. Глаза верблюжонка : Будни и праздники в жизни казахов / Шайзада Мынжасорова // Родина. - 2004. - № 2. - С. 47-50. www.biblioclub.ru
14. Павлова А.Н. Этнология: управляющий блок учебно-методического комплекса. -Издательство: ПГТУ, 2014- 49 с. ЭБСwww.biblioclub.ru
15. Покровский Е. А. Физическое воспитание детей у разных народов, преимущественно России. - М.: Юнити-Дана, 2015 – 368 с. www.biblioclub.ru
5. Стернин И. А., Прохоров Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение: учебное пособие. - М: Флинта, 2011- 165 с. www.biblioclub.ru
6. Тишков, В.А. Этнология и политика: Науч. публицистика / РАН; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. - М.: Наука, 2001. - 240 с.

7. Чеснов, Я.В. Лекции по исторической этнологии : учеб. пособие / Ин-т Открытое о-во. - М.: Гардарика, 1998. - 397 с.
8. Этнокультурное воспроизводство в условиях глобализации: этноперекрестки и трансграничье : коллективная монография по материалам XI Конгресса антропологов и этнологов России, 2-5 июля 2015 года: коллективная монография / Под редакцией: Карлов В. В. и др. – М.: Директ-Медиа, 2016 – 104 с. www.biblioclub.ru
9. Этнология : учеб. пособие для вузов / под ред. Е.В. Миськовой, Н.Л. Мехедова, В.В. Пименова. - М.: Альма Матер: Акад. проект, 2006. - 619 с. Лобжанидзе А. А. Этнокультурные регионы мира: учебное пособие.-М.: МПГУ«Прометей», 2013 – 240 с. www.biblioclub.ru
10. Уварова Т. Б. Информационный фактор в современной российской этнологии: монография. - Издательство: РАН ИНИОН, 2011- 320 с. www.biblioclub.ru
11. Этнология: учеб. для вузов / Под ред. Г. Е. Маркова, В. В. Пименова. - М.: Наука, 1994. - 383 с.
12. Яковлева Т.В. Этнология: учебно-методический комплекс. - Издательство: КемГУКИ, 2014 – 35 с. www.biblioclub.ru

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Российское образование. Образовательный портал по этнологии. http://www.edu.ru/modules.php?op=modload&name=Web_Links&file=index&l_op=viewlink&cid=2545&orderby=titleD
2. Этнографическая библиотека http://publ.lib.ru
3. Журнал «Этнографическо обозрение» http://journal.iea.ras.ru/
4. Статьи по этнопсихологии http://psyjournals.ru/topic/ethnopsy/index.shtml

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет- версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.0.21 «Этнология и этнопсихология» для обучающихся Гуманитарного института 4 курса направления подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) – Спортивная реклама и PR очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): 7 семестр-очная, 9 семестр - заочная
Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме**	**Максимальное кол-во баллов**

		обучения (в неделях)[1]	
7-ый семестр			
1	*Подготовка докладов и выступления по теме:* *Этнопсихология для маркетолога.* *Этнопсихология и реклама* *Особенности деловой культуры: Запад- Восток- Россия.* *Какую роль этничность и культура играют в жизни человека?* *Этнопсихология в рекламе* *Этнокультурные корни современного терроризма* *Для чего нужно учиться понимать специалисту в области рекламы и связей с общественностью другие культуры?* *Прошлое, настоящее и будущее межэтнических отношений в России.* *Межличностные отношения в русской культуре.* *Межличностные отношения на Западе и Востоке.* *Межличностные отношения на Востоке.* *Национальный характер: миф или реальность?* *В чем психологические корни этнической и расовой нетерпимости?* *Являются ли этнические различия источником конфликтов?* *Форма контроля – заслушивание и обсуждение доклада*	*2-14 неделю*	*10*
2	*Презентация по темам*: *Этнокультурные особенности рекламы Востока; Этнокультурные особенности рекламы Запада; Реклама в этнологии; Этнопсихология восприятия рекламы. (по выбору студента)*	*3 неделя*	*10*
3	*Выступление на семинарах по теме* *Становление этнологии как науки, Предмет и метод этнологии и этнопсихологии, Российская этнокультура, Нация и культура, Основные этнологические школы и направления, Классификация этносов, Сущность и структура психологии этноса, Этнические стереотипы и образы народов мира, Этнопсихологические аспекты рекламы.*	*4 неделя*	*5*
5.	*Рефераты по темам подготовка и обсуждение* *Этнокультурный компонент рекламы; Национальные особенности рекламы; Этнические особенности рекламы; Фольклорные тексты как материал для этнологического анализа и создания рекламы; Использование этнокультурных образов в реклам;Этнопсихологические аспекты отечественной рекламы; Особенности восприятия рекламы в различных странах и культурах;* *Проблема миграции и культурный шок; Этнологический и этнопсихологический анализ рекламы; Самосознание и ментальность этноса в области рекламы;Влияние традиции и инновация на носителя культуры; Особенности социального пространства этноса и влияние его на личность (на выбор студенту)*	*3-14 недели*	*15*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

4.	*Выступление на семинарах по теме: Этнические процессы в современном мир; Природа этнических конфликтов; Типология причин межэтнических конфликтов; Формы и способы урегулирования межэтнических конфликтов; Кофликтная реклам.*	*5-6 недели*	*5*
5.	*Выступление на семинарах по теме Этногенез и его основные факторы, Этническая ланета: история и современность, Процесс расселения народов:история и современность; Этнические миграции; Этнокультура современного города.*	*7-8 неделя*	*5*
6.	*Презентация по теме: Коренные народы и этнические меньшинства; Традиции народов Севера; Этносы народов Кавказа; Этнос Центральной Росси; Материальная культура этносов; Духовная культура этносов; Семейно-брачные отношения этносов; Этнопсихология в рекламе.*	*9-11 недели*	*10*
6.	*Контрольная работа темам по 1 – 4 разделу*	*12 неделя*	*10*
4	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по семестру		**80 баллов**
	Зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа Разделы 1-4. по теме, пропущенной студентом*	*5*
2	*Выступление на семинаре по темам: Становление этнологии как науки, Предмет и метод этнологии и этнопсихологии, Российская этнокультура, Нация и культура, Основные этнологические школы и направления, Классификация этносов, Сущность и структура психологии этноса, Этнические стереотипы и образы народов мира, Культурная традиция и этно (пропущенной студентом)*	*10*
3	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
4	*Презентация по темам Разделов 1,2,3,4 (по выбору студента)*	*15*
5	*Контрольная работа по Разделам1-4 (пропущенной студентом)*	*5*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.21 ЭТНОЛОГИЯ И ЭТНОПСИХОЛОГИЯ»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)
Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 3 зачетных единицы

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля):** *7* семестр- очная, 9 семестр - заочная

3 Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Этнология и этнопсихология» является: подготовить выпускника успешно работать в избранной сфере деятельности, способствовать его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда. Дать знания и понимание этнических и этнопсихологических проблем человека в современном мире, этнических ценностей мировой и российской культуры; сформировать представление об этнических и этнопсихологических особенностях межкультурного диалога.

Сформировать умение использовать в профессиональной деятельности знания этнологии и этнопсихологии, так как в век информационных технологий они особенно востребованы в области рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5	УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	7		9
	УК-5.2. Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
	УК-5.3. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	7		9
	УК-5.4. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
	УК-5.5. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации. УК-5.6. Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	7		9
ОПК-3	ОПК-3.1.Демонстрирует кругозорв сфере отечественного и мирового культурного процесса			

	ОПК-3.2. Анализирует достижения отечественной и мировой культуры и интерпретирует их в контексте профессиональной деятельности ОПК-3.3.Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.			

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единиц**, 108 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Предмет, методы и проблемы современной этнологии и этнопсихологии.	7	4	6	14		
2	Раздел 2. Основы этнологии и этнопсихологии	7	4	6	14		
3	Раздел 3 Межэтнические отношения, связи и конфликты	7	6	8	16		
4	Раздел 4. Современная этническая картина России и мира	7	6	8	16		
Итого за семестр		7	20	28	60		Зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Предмет, методы и проблемы современной этнологии и этнопсихологии.	9	0,25	1	20		
2	Раздел 2. Основы этнологии и этнопсихологии	9	0,25	1	20		
3	Раздел 3 Межэтнические отношения, связи и конфликты	9	1,5	4	27		
4	Раздел 4. Современная этническая картина России и мира	9	2	4	27		
Итого за семестр		9	4	10	94		Зачет

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

Кафедра менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.22 Тайм-менеджмент»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного Института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Менеджмента и экономики спорта им.В.В.Кузина
(наименование)
Протокол № 26 от «18» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Менеджмента и экономики спорта им.В.В.Кузина
(наименование)
Протокол № ____ от «____» _____ 201__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Менеджмента и экономики спорта им.В.В.Кузина
(наименование)
Протокол № ____ от «____» _____ 201__ г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Менеджмента и экономики спорта им.В.В.Кузина
(наименование)
Протокол № ____ от «____» _____ 201__ г.

Составитель:
Логинова Ольга Александровна – старший преподаватель кафедры Менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина ФГБОУ ВО «РГУФКСМиТ»
Объедкова Лариса Павловна – старший преподаватель кафедры Менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина ФГБОУ ВО «РГУФКСМиТ»
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
Ратникова Ирина Павловна, к.э.н., доцент, директор гуманитарного института
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Тайм-менеджмент» является: формирование у студентов базовой системы знаний в области тайм-менеджмента, развитие у студентов навыков организации личного времени, овладение новыми техниками и технологиями в области организации и управления временем. Дает представление о системе организации времени, а также развивает ряд практических навыков и умений, позволяющих студентам впоследствии принимать высокоэффективные управленческие решения, оптимизировать бизнес-процессы, более эффективно действовать в ситуациях высокой степени неопределенности, гибко реагировать на изменения обстоятельств.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина Б1.О.22 «Тайм-менеджмент» представляет собой самостоятельную дисциплину, относится к базовой части образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью и является обязательной дисциплиной.

Дисциплина интегрирована в общую систему подготовки специалистов в области Рекламы и связей с общественностью и взаимосвязана с другими ООП. Курс формирует исходные представления студентов для облегчения восприятия и освоения ими последующих блоков специальных дисциплин. Дисциплина является теоретической и практической базой для получения знаний по другим дисциплинам.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**форма обучения (ускоренное обучение)**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-6	*Знать:* основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования	*4*	*6*	
	Уметь: эффективно планировать и контролировать собственное время; способен к анализу собственной деятельности	*4*	*6*	
	Владеть: методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего	*4*	*6*	

	профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни			
ОПК-7	*Знать:* определение, сущность и основные правила целеполагания, инструменты планирования	*4*	*6*	
	Уметь: ставить задачи в результато-ориентированном виде, применять различные способы самонастройки на работу, применять полученные знания для решения типовых ситуаций и принятия нестандартных решений	*4*	*6*	
	Владеть: навыками планирования в целеполагании, распределения рабочей нагрузки	*4*	*6*	

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 **зачетных единиц**, 72 **академических часа**.

очная **форма обучения**

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Сущность и определение понятия тайм-менеджмента. Целеполагание. Хронометраж как персональная система учета времени.**	**4**	**4**	**8**	**12**		
2	**Контекстное планирование. Планирование дня. Обзор задач, его роль в принятии решений.**	**4**	**2**	**4**	**10**		
3	**Приоритеты, оптимизация расходов времени. Эффективная самомотивация и распределение рабочей нагрузки: технология достижения результатов.**	**4**	**2**	**4**	**10**		
4	**Корпоративный тайм-менеджмент.**	**4**	**2**	**4**	**10**		
Итого часов:			**10**	**20**	**42**		**зачет**

заочная **форма обучения**

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Сущность и определение понятия тайм-менеджмента. Целеполагание. Хронометраж как персональная система учета времени.**	**6**	**1**	**1**	**18**		
2	**Контекстное планирование. Планирование дня. Обзор задач, его роль в принятии решений.**	**6**	**1**	**1**	**16**		
3	**Приоритеты, оптимизация расходов времени. Эффективная самомотивация и распределение рабочей нагрузки: технология достижения результатов.**	**6**	**-**	**1**	**16**		
4	**Корпоративный тайм-менеджмент.**	**6**	**-**	**1**	**16**		
Итого часов:			**2**	**4**	**66**		**Зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Понятие и сущность тайм-менеджмента. Определение тайм-менеджмента.
2. Этапы становления отечественного тайм-менеджмента.
3. Тайм-менеджмент как система. Лестница тайм-менеджмента.
4. Определение понятия «целеполагание» и суть целеполагания.
5. Два подхода к жизни. Реактивность и проактивность.
6. «Круг влияния» и «Круг забот».
7. Основные способы определения базовых ценностей.
8. Ключевые области жизни и цели.
9. Основные подходы к определению целей.

10. «Life management» и жизненные цели. Карта долгосрочных целей.
11. SMART-цели и надцели. Задачная ситуация и проблемная ситуация. SMART-критерии для формулирования цели.
12. Время как ресурс. Характеристика времени как ресурса. Пирамида Франклина.
13. Поглотители времени. Определение понятия. Виды и особенности поглотителей.
14. Хронометраж: определение понятия, суть и задачи.
15. Техника ведения полного хронометража. Три способа учета времени. Цели и показатели хронометража.
16. Способы преодоления трудностей ведения хронометража.
17. Определение понятия и задачи контекстного планирования.
18. «Жесткое» и «Гибкое» планирование. Два типа времени: «Хронос» и «Кайрос». Два типа задач.
19. «Кайрос» как основа для контекстного планирования. Определение понятия «контекст», группы контекстов.
20. Инструменты реализации техники контекстного планирования.
21. Долгосрочное планирование. План достижения жизненных целей.
22. Планирование дня. Правила эффективного планирования. Алгоритм жестко-гибкого планирования.
23. Результатоориентированное планирование. Составление результатоориентированного списка задач на день. Формула результатоориентированной формулировки.
24. Метод структурированного внимания. Организация структуры рабочего пространства. Правило перемещения через границы областей.
25. Планирование на основе метода структурированного внимания.
26. Определение понятия и суть обзора задач в тайм-менеджменте. Основные группы инструментов обзора. Контрольные списки как инструмент обзора.
27. Двухмерные графики как инструмент обзора. Основные функции двумерного обзора. Виды двумерных графиков. Преимущества двумерных графиков.
28. Древовидные карты. Определение понятия и основная идея. Примерная типология древовидных карт. Техника создания древовидной карты. Преимущества древовидной карты как инструмента обзора.
29. Расстановка приоритетов в тайм-менеджменте. Определение понятия, суть. Основные методы и способы расстановки приоритетов.
30. Матрица Эйзенхауэра как инструмент расстановки приоритетов. Критерии расстановки приоритетов с помощью матрицы Эйзенхауэра. Типы задач. Преимущества использования матрицы Эйзенхауэра.
31. Метод многокритериальной оценки. Критерии приоритетности. Матрица многокритериальной оценки.
32. Определение приоритетности долгосрочных целей. Расстановка приоритетности в текущих задачах с помощью метода многокритериальной оценки.

33. Принцип Парето. Использование принципа 80/20 при планировании времени.

34. Избавление от навязанной срочности и важности. Стратегии отказа.

35. Приоритезация на этапе учета расходов времени. ABC-хронометраж. Основные принципы методики. Основная идея метода.

36. Работоспособность человека и биоритмы. Учет влияния биоритмов на распределение рабочей нагрузки. Правила организации эффективного отдыха. Творческая лень. Эффективный сон.

37. Самонастройка на решение задач. Способы, техники, приемы.

38. Определение понятия корпоративный тайм-менеджмент, предпосылки и факторы необходимости корпоративного внедрения тайм-менеджмента. Тайм-менеджмент в рамках корпоративного университета.

39. Диагностика навыков тайм-менеджмента. Аттестация навыков тайм-менеджмента. Методики проведения. Значение для корпоративного внедрения тайм-менеджмента.

40. Корпоративные стандарты тайм-менеджмента: глоссарий, договоренности, регламенты, инструменты («вещи»).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

а) Основная литература:

1. Архангельский, Г. Формула времени: Тайм-менеджмент на Outlook 2007-2010 / Глеб Архангельский. - 6-е изд. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. - 231 с.: ил.

2. Позубенкова, Э.И. Тайм-менеджмент: учебное пособие / Н.М. Гурьянова; Э.И. Позубенкова .— Пенза : ПГАУ, 2022 .— 129 с. https://lib.rucont.ru/efd/812581/info

3. Стрелкова, Л. В. Тайм-менеджмент: учебное пособие / Л. В. Стрелкова, Ю. А. Макушева. – Москва: Юнити-Дана, 2018. – 176 с.: схем., табл., ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=685380

б) Дополнительная литература:

1. Архангельский, Г.А. Корпоративный тайм-менеджмент: энцикл. решений / Г.А. Архангельский. - 4-е изд. - М.: Альпина паблишерз, 2010. - 160 с.: ил.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Учебное пособие «тайм–менеджмент: личная эффективность» http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/services/Download/vtls:000429172/SOURCE1

1. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

Приложения к рабочей программе дисциплины

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине Тайм-менеджмент
для обучающихся гуманитарного института 2/3 курса,
направления подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
профиль Спортивная реклама и PR
очная и заочная формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина
Сроки изучения дисциплины: 4 семестр (ы) – очная форма обучения

6 семестр (ы) – заочная форма обучения
Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по разделу «***Сущность и определение понятия тайм-менеджмента***»*	*4 неделя*	*10*
2	*Выполнение практического задания по разделу «***Приоритеты, оптимизация расходов времени***»*	*5 неделя*	*10*
3	*Выполнение практического задания по разделу «***Хронометраж как персональная система учета времени***»*	*6-7 недели*	*10*
4	*Контрольная работа по разделу «***Обзор задач, его роль в принятии решений***»*	*8 неделя*	*10*
5	*Выполнение практического задания по разделу «***Целеполагание***»*	*9 неделя*	*10*
6	*Эссе на тему «***Хронометраж как персональная система учета времени***»*	*10 неделя*	*5*

7	*Презентация по теме «***Эффективная самомотивация и распределение рабочей нагрузки: технология достижения результатов***»*	*11-12 недели*	*15*
8	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максималь-ное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по разделу «***Сущность и определение понятия тайм-менеджмента***»*	*10*
3	*Выполнение практического задания по разделу «***Приоритеты, оптимизация расходов времени***»*	*5*
4	*Подготовка доклада «***Хронометраж как персональная система учета времени***»*	*5*
5	*Презентация по теме «***Эффективная самомотивация и распределение рабочей нагрузки: технология достижения результатов***»*	*10*
6	*Контрольная работа по разделу «***Обзор задач, его роль в принятии решений***»*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом, дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100

Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

Кафедра менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.22 Тайм-менеджмент»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет *2* зачетных единиц.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины:

4 семестр – очная форма обучения, 6 семестр – заочная форма обучения.

3. Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Тайм-менеджмент» является: формирование у студентов базовой системы знаний в области тайм-менеджмента, развитие у студентов навыков организации личного времени, овладение новыми техниками и технологиями в области организации и управления временем. Дает представление о системе организации времени, а также развивает ряд практических навыков и умений, позволяющих студентам впоследствии принимать высокоэффективные управленческие решения, оптимизировать бизнес-процессы, более эффективно действовать в ситуациях высокой степени неопределенности, гибко реагировать на изменения обстоятельств.

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**форма обучения (ускоренное обучение)**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-6	*Знать:* основные приемы эффективного управления собственным временем; знает основные принципы саморазвития и самообразования	*4*	*6*	
	Уметь: эффективно планировать и контролировать	*4*	*6*	

	собственное время; способен к анализу собственной деятельности			
	Владеть: методами управления собственным временем; планирует и реализует траекторию своего профессионального и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни	*4*	*6*	
ОПК-7	*Знать:* определение, сущность и основные правила целеполагания, инструменты планирования	*4*	*6*	
	Уметь: ставить задачи в результато-ориентированном виде, применять различные способы самонастройки на работу, применять полученные знания для решения типовых ситуаций и принятия нестандартных решений	*4*	*6*	
	Владеть: навыками планирования в целеполагании, распределения рабочей нагрузки	*4*	*6*	

5. Краткое содержание дисциплины:

очная **форма обучения**

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Сущность и определение понятия тайм-менеджмента. Целеполагание. Хронометраж как персональная система учета времени.**	**4**	**4**	**8**	**12**		
2	**Контекстное планирование. Планирование дня. Обзор задач, его роль в принятии решений.**	**4**	**2**	**4**	**10**		
3	**Приоритеты, оптимизация расходов времени. Эффективная самомотивация и распределение рабочей нагрузки: технология достижения результатов.**	**4**	**2**	**4**	**10**		
4	**Корпоративный тайм-менеджмент.**	**4**	**2**	**4**	**10**		
Итого часов:			**10**	**20**	**42**		**зачет**

заочная **форма обучения**

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Сущность и определение понятия тайм-менеджмента. Целеполагание. Хронометраж как персональная система учета времени.**	**6**	**1**	**1**	**18**		
2	**Контекстное планирование. Планирование дня. Обзор задач, его роль в принятии решений.**	**6**	**1**	**1**	**16**		
3	**Приоритеты, оптимизация расходов времени. Эффективная самомотивация и распределение рабочей нагрузки: технология достижения результатов.**	**6**	**-**	**1**	**16**		
4	**Корпоративный тайм-менеджмент.**	**6**	**-**	**1**	**16**		
Итого часов:			**2**	**4**	**66**		**Зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса

Кафедра биомеханики и естественнонаучных дисциплин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.23.01 Цифровые коммуникации»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программадисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса
Протокол №77 от «25» августа 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель: Составитель: Бажинов Сергей Игоревич – доцент кафедры биомеханики и естественнонаучных дисциплин, кандидат технических наук, доцент

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Цифровые коммуникации» является формирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности, базирующейся на использовании современных возможностей аппаратных и программных средств. Язык реализации дисциплины русский.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению42.03.01 Реклама и связи с общественностьюпо профилю*Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Цифровые коммуникации» относится к дисциплинам обязательной части.

В процессе изучения дисциплины, обучающийся овладеет умениями работы с аппаратно-программным оснащением современного офиса.

Дисциплина «Цифровые коммуникации» является основой для формирования навыков работы с базами данных и компьютерными сетями организаций.

Дисциплина «Цифровые коммуникации»органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана:

- изучение дисциплины основано на школьном курсе «Информатика»;
- изучение дисциплины предшествует освоению следующих дисциплин/практик – «Организация и проведение коммуникационных кампаний»,«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**_____ форма обучения (ускоренное обучение)**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-1	***Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.***	***5***	***6***	
УК-1.1	*Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения*	*5*	*6*	

	профессиональных задач.			
УК-1.3	*Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.*	*5*	*6*	
УК-1.5	*Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.*	*5*	*6*	
ОПК-6	***Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности***	***5***	***6***	
ОПК-6.1	*Понимает основные принципы функционирования современных информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере.*	*5*	*6*	
ОПК-6.2	*Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.*	*5*	*6*	
ОПК-6.3	*Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.*	*5*	*6*	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3**зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

очная форма обучения

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Основные понятия и принципы компьютерных сетей	**5**	6	2	10		
2	Анкетирование и анализ результатов с помощью онлайн-сервисов	**5**	2	6	14		
3	Технология создания и публикации в сети Интернет интерактивных документов	**5**	6	10	20		
4	Технология проведения онлайн-конференций и вебинаров	**5**	4	8	20		
							Зачет
Итого часов:			**18**	**26**	**64**		

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Основные понятия и принципы компьютерных сетей	**6**	1	1	22		
2	Анкетирование и анализ результатов с помощью онлайн-сервисов	**6**		1	20		
3	Технология создания и публикации в сети Интернет интерактивных документов	**6**	1	1	30		
4	Технология проведения онлайн-конференций и вебинаров	**6**		1	30		
							Зачет
Итого часов:			**2**	**4**	**102**		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Перечень примерных контрольных вопросов к экзамену.

1. История развития компьютерных сетей.
2. Преимущества использования сетей. Классификация компьютерных сетей.
3. Преимущества использования сетей. Основные характеристики сетей.
4. Понятие топологии сети. Базовые топологии локальной сети. Шина. Кольцо. Звезда. Сложныетопологии сети.
5. Кабели, использующиеся в компьютерных сетях.
6. Сетевое оборудование.
7. Межсетевые экраны. Функции и разновидности.

8. Настройка сетевого подключения в операционной системе.
9. Функции прокси-сервера, настройка соединения.
10. Функции VPNи настройка соединения.
11. Протоколы шифрования в сети Интернент.
12. Сетевая безопасность.
13. Назначение и основные функции глобальных вычислительных сетей.
14. Высокоуровневыеуслугиглобальныхвычислительных сетей
15. Структура глобальных вычислительных сетей.
16. Типы глобальных вычислительных сетей. Характеристика сетей скоммутацией пакетов.
17. Особенности глобальной сети Интернет.
18. Этапы развития сети Интернет. Основные способы и средства защитыинформации в сети Интернет
19. Информационные ресурсы Интернет. Преимущества и недостатки.
20. Электронная почта в Интернет. Протокол SMTP, POP, UUCP.
21. Почтовые агенты. Особенности адресации в системе электроннойпочты.
22. Информационные ресурсы Интернет. Группа новостей в Интернет.
23. Поиск информации в сети Интернет.
24. Применение IP-телефонии в Интернет.
25. Браузеры и их назначение. Основное назначение порталов в Интернет.
26. Система доменных имен. Принципы организации.
27. Удаленный доступ к ресурсам сети. Протокол Telnet.
28. Служба архивов FTP. Протокол FTP.
29. Служба WWW. Архитектура построения системы.
30. Web-дизайн. Особенности планирования Web-сайта.
31. Редакторы для созданияWeb-страниц.
32. Язык гипертекстовой разметки HTML. Особенности языка. HTML.
33. Структура HTML-документа. Форматирование текста
34. Язык гипертекстовой разметки HTML. Ссылки
35. Язык гипертекстовой разметки HTML. Фреймы
36. Язык гипертекстовой разметки HTML. Графика и анимация
37. Язык гипертекстовой разметки HTML. Таблицы
38. Облачные сервисы сети Интернет.
39. Сервисы для разработки онлайн образовательных ресурсов в сети Интернет.
40. Сервисы для проведения видеоконференций в сети Интернет.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Бажинов С.И., Маркарян В.С., Яшкина Е.Н. Курс лекций «Математика и информатика» для студентов, обучающихся по специальности

050720.65 «Физическая культура» / «ИИА «Пресс-меню», М.: 2012- 9,16 п.л.
2. Информационные технологии [Электронный ресурс] : метод. рекомендации по самостоят. изучению дисциплины / Г.И. Попов, С.И. Бажинов, В.Г. Конюхов, Е.Н. Яшкина, В.А. Пирогов .— М. : РГУФКСМиТ, 2016 .— 167 с. : ил. — Авт. указаны на обороте тит. л. — Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/671375
3. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс] : Учеб. пособие / Г.И. Попов, С.И. Бажинов, В.Г. Конюхов, Я.Н. Яшкина, В.А. Пирогов .— М. : РГУФКСМиТ, 2017 .— 184 с. : ил. — Авт. указаны на обороте тит. л. — Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/671374
4. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. https://urait.ru/book/cifrovye-marketingovye-kommunikacii-520372
5. Яшкина Е.Н., Аронова Т.В., Фомичева Г.Ю. Учебное пособие. Методические указания для подготовки к тестированию по дисциплине «Информатика» для студентов всех направлений и специальностей очной и заочной форм обучения / «ИИА «Пресс-меню», М.: 2012- 6,08 п.л.
6. Яшкина Е.Н., Конюхов В.Г. Информатика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений; ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ». М.: 2012. – 147с.
7. Яшкина Е.Н., Конюхов В.Г., Конюхова Г.П., Аронова Т.В. Информатика: методические рекомендации к лабораторно-практическим и самостоятельным занятиям (работа с текстовой информацией). М.: 2011 – 2,75 п.л.
8. Яшкина Е.Н., Конюхова Г.П., Аронова Т.В. Информатика: методические рекомендации к лабораторно-практическим и самостоятельным занятиям (создание и оформление презентаций). М.: 2011 – 1,3 п.л.
9. Яшкина Е.Н., Конюхова Г.П., Аронова Т.В. Методические рекомендации по освоению работы в пакете MicrosoftOffice 2007. Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ, ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ». М.: 2011. – 0,7 п.л.
10. Яшкина Е.Н., Конюхова Г.П., Аронова Т.В., Фомичева Г.Ю. Информатика: методические рекомендации к лабораторно-практическим и самостоятельным занятиям (работа с числовой информацией). М.: 2011 – 2,5 п.л.

б) Дополнительная литература:

1. Акулов О.А., Медведев Н.В. Информатика: Базовый курс: учеб. для студентов вузов, бакалавров, магистров, обучающихся по направлению «Информатика и вычислительная техника»: доп. УМО по унив.

Политех. образованию / 6-е изд., испр. и доп. - М.: Омега-Л, 2009. - 574 с.: ил.
2. Безручко В.Т. Информатика: курс лекций: учеб. пособие по дисциплине «Информатика» для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. и эконом. направлениям и специальностям: доп. науч.-метод. советом по информатике при М-ве образования и науки РФ / М.: Форум: Инфра-М, 2006. - 431 с.: ил.
3. Статистическая обработка данных. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений физической культуры/ Попов Г.И., Конюхов В.Г., Маркарян В.С. Яшкина Е.Н. – М.: ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», 2015г. – 225с.
4. Информатика: учеб. для курсантов и слушателей образоват. Учреждений высш. проф. образования МВД России по специальности 090106: доп. МВД РФ.Т. 1: Концептуал. основы / под общ. ред. В.А. Минаева [и др.]. - Изд. 2-е, расшир. и доп. - М.: Маросейка, 2008. - 463 с.: ил.
5. Информатика: учеб. для курсантов и слушателей образоват. Учреждений высш. проф. образования МВД России по специальности 090106: доп. МВД РФ.Т. 2: Средства и системы обработки данных /под общ. ред. В.А. Минаева [и др.]. - Изд. 2-е, расшир. и доп. - М.: Маросейка, 2008. - 542 с.: ил.
6. Информатика: учеб. для студентов эконом. специальностей вузов: рек. М-вом образования РФ / под ред. Н.М. Макаровой. - 3-е изд., перераб. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 767 с.: ил.
7. Информатика в экономике: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109, 080105, 080104, 080507, 080504, 080111: рек. Науч.-метод. советом по заоч. Эконом. образованию / под ред. Б.Е. Одинцова, А.Н. Романова. - М.: Вуз. учеб., 2008. - 477 с.: ил.
8. Информатика и ИКТ: метод. пособие для учителей. Ч. 1. Информ. картина мира / под ред. Н.В. Макаровой. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 299 с.: ил.
9. Информатика и ИКТ: метод. пособие для учителей. Ч. 2. Программное обеспечение информ. технологий / под ред. Н.В. Макаровой. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 429 с.: ил.
10. Информатика и ИКТ: метод. пособие для учителей. Ч. 3. Техн. Обеспечение информ. технологий / под ред. Н.В. Макаровой. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 205 с.: ил.
11. Максимов Н.В., Партыка Т.Л., Попов И.И. Современные информационные технологии: учеб. для студентов учреждений сред. проф. образования, обучающихся по группе специальностей «Информатика и вычисл. Техника»: рек. М-вом образования РФ / М.: Форум, 2008. - 511 с.: ил.
12. Новоселов М.А. Практикум по оформлению элементов графики на Web-сайтах в Интернете: Учеб.-метод. пособие по информатике для

студентов РГУФКа: Одобрено эксперт.-метод. советом РГУФКа / РГУФК. - М.: 2004. - 55 с.
13. Элькин М.Д., Байгушева Н.А., Ларина О.В., Прикладная информатика в региональной экономике: учеб.-метод, пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080801 и др. междисциплин. специальностям: рек. УМО по образованию в обл. прикладной информатики / Федеральное агентство по образованию Астрах. гос. ун-т. - Астрахань: Астрах. ун-т, 2008. - 105 с.: ил.
14. Яшкина Е.Н. Информатика: учеб. пособие для студентов-заочников РГУФКа / Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. - М.: 2004. - 55 с.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://end.sportedu.ru;
2. http://lms.sportedu.ru;
3. http://www.kaspersky.ru;
4. http://www.microsoft.ru;
5. http://www.libreoffice.org;
6. http://www.gimp.org;
7. http://www.inkscape.org;
8. http://www.google.ru;
9. http://www.intuit.ru.

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru

3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» для обучающихся Гуманитарного института, 3курса, направления подготовки42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю)«Спортивная реклама и PR»очной и заочной формы (м) обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: биомеханики и естественнонаучных дисциплин.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 5 семестр (очная форма обучения), 6 семестр (заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Компьютерный практикум «Создание веб-страницы»	*11*	*20*
2	Компьютерный практикум «Создание электронной анкеты»	*14*	*20*
3	Контрольная работа «Создание мультимедийной презентации»	*15*	*20*
5	Тестирование «Сетевые технологии»	*17*	*20*
6	***Зачет***		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**

[1] В графу вносится информация, если дисциплина (модуль) реализуется посредством очной формы обучения. При формировании таблицы для заочной формы обучения данная графа может не заполняться.

1	Компьютерный практикум «Создание веб-страницы»	*20*
2	Компьютерный практикум «Создание электронной анкеты»	*20*
3	Контрольная работа «Создание мультимедийной презентации»	*20*
5	Тестирование «Сетевые технологии»	*20*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса

Кафедра биомеханики и естественнонаучных дисциплин

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.23.01 Цифровые коммуникации»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетных единицы, 108 аудиторных часа.

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины:**5 семестр на очной форме обучения и 6 семестр на заочной форме обучения.

3. **Цель освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Цифровые коммуникации» является формирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности, базирующейся на использовании современных возможностей аппаратных и программных средств. Язык реализации дисциплины русский.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**_____ форма обучения (ускоренное обучение)**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-1	***Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.***	***5***	***6***	
УК-1.1	*Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.*	*5*	*6*	
УК-1.3	*Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.*	*5*	*6*	
УК-1.5	*Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.*	*5*	*6*	
ОПК-6	***Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности***	***5***	***6***	
ОПК-6.1	*Понимает основные принципы функционирования современных информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере.*	*5*	*6*	
ОПК-6.2	*Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и*	*5*	*6*	

	программное обеспечение.			
ОПК-6.3	*Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.*	*5*	*6*	

4. Краткое содержание дисциплины:

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Основные понятия и принципы компьютерных сетей	**5**	6	2	10		
2	Анкетирование и анализ результатов с помощью онлайн-сервисов	**5**	2	6	14		
3	Технология создания и публикации в сети Интернет интерактивных документов	**5**	6	10	20		
4	Технология проведения онлайн-конференций и вебинаров	**5**	4	8	20		
							Зачет
Итого часов:			**18**	**26**	**64**		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Основные понятия и принципы компьютерных сетей	**6**	1	1	22		

2	Анкетирование и анализ результатов с помощью онлайн-сервисов	**6**		1	20		
3	Технология создания и публикации в сети Интернет интерактивных документов	**6**	1	1	30		
4	Технология проведения онлайн-конференций и вебинаров	**6**		1	30		
							Зачет
Итого часов:			**2**	**4**	**102**		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса

Кафедра биомеханики и естественнонаучных дисциплин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.23.02 Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса
Протокол №77 от «25» августа 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель: Составитель: Бажинов Сергей Игоревич – доцент кафедры биомеханики и естественнонаучных дисциплин, кандидат технических наук, доцент

Рецензент:

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» является формирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности, базирующейся на использовании современных возможностей аппаратных и программных средств. Язык реализации дисциплины русский.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» относится к дисциплинам обязательной части.

В процессе изучения дисциплины, обучающийся овладеет умениями работы с аппаратно-программным оснащением современного офиса.

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» является основой для формирования навыков работы с базами данных и компьютерными сетями организаций.

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана:

- изучение дисциплины основано на школьном курсе «Информатика»;
- изучение дисциплины предшествует освоению следующих дисциплин/практик – «Цифровые коммуникации», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Интегрированные коммуникации».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	_____ форма _____ обучения (ускоренное обучение)
1	2	3	4	5
УК-1	***Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных***	*1*	*2*	

	задач.			
УК-1.2	*Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.*	*1*	*2*	
УК-1.4	*Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках.*	*1*	*2*	
УК-1.6	*Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем.*	*1*	*2*	
ОПК-5	***Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.***	***1***	***2***	
ОПК-5.1	*Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.*	*1*	*2*	
ОПК-5.2	*Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.*	*1*	*2*	
ОПК-5.3	*Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.*	*1*	*2*	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Информационная безопасность	**1**	2		10		
2	Офисные технологии и базы	**1**	4	10	17		

	данных						
3	Облачные технологии	**1**	2	4	10		
4	Мобильные технологии	**1**	2	4	10		
5	Сетевые технологии	**1**	4	6	14		
						9	**Экзамен**
Итого часов:			**14**	**24**	**61**		

заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Информационная безопасность	**2**			17		
2	Офисные технологии и базы данных	**2**	1	1	28		
3	Облачные технологии	**2**		1	14		
4	Мобильные технологии	**2**		1	14		
5	Сетевые технологии	**2**	1	1	20		
						9	**Экзамен**
Итого часов:			**2**	**4**	**93**		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Перечень примерных контрольных вопросов к экзамену.

1. Понятие информации, виды информации.
2. Свойства информации. Единицы измерения информации
3. Информационные процессы. Предмет и структура информатики
4. Системы счисления. Позиционные и непозиционные системы счисления. Кодирование данных.
5. История развития вычислительной техники. Поколения ЭВМ.
6. Принцип открытой архитектуры. Функциональный состав

персонального компьютера
7. Процессор - устройство обработки информации. Основные типы процессоров и их характеристики.
8. Устройства хранения информации. Виды памяти.
9. Внешние устройства компьютера. Мониторы, основные характеристики монитора, типы мониторов. Типы принтеров, принципы печати. Сканеры.
10. Понятие программы. Классификация программных средств компьютера.
11. Классификация программных средств.
12. Файловая структура данных. Имена фалов. Расширение имен файлов. Полное имя файла.
13. Свойства и атрибуты файлов. Шаблоны имен файлов.
14. Операционная система Windows. Основные понятия.
15. Основные операции в файловой системе Windows. Ярлыки. Проводник.
16. Форматирование магнитного диска.
17. Программа проверки диска.
18. Дефрагментация диска.
19. Архивация информации.
20. Классификация угроз информационной безопасности.
21. Классификация вредоносных программ.
22. История развития вредоносных программ.
23. Классификация компьютерных вирусов. Причины распространения вирусов.
24. Признаки заражения компьютера. Действия при наличии признаков заражения.
25. Антивирусные программы.
26. Этапы решения задач на компьютере. Понятие алгоритма. Требования, предъявляемые к алгоритмам.
27. Характеристики алгоритмов. Типы алгоритмов. Способы записи алгоритмов.
28. Основные этапы разработки программ.
29. Текстовые процессоры. Назначение.
30. Основные операции в программе Microsoft Word.
31. Этапы подготовки текстового документа.
32. Редактирование текста. Выделение, перемещение и копирование фрагментов текста.
33. Форматирование текста. Форматирование страниц.
34. Электронные таблицы. Структурные единицы электронной таблицы.
35. Основные операции в программе Microsoft Excel.
36. Относительная и абсолютная адресация в программе Microsoft Excel.
37. Вычисления в программе Microsoft Excel.
38. Функции. Правила составления и использования функций. Мастер функций.
39. Диаграммы. Основные типы диаграмм. Построение диаграмм.

40. Внедрение и связывание объектов при создании комплексных документов.
41. Сортировка и фильтрация данных в программе Microsoft Excel.
42. Типы компьютерных изображений. Различия между растровыми и векторными изображениями:
43. Заливка объектов. Виды и типы заливок.
44. Программа создания презентаций. Этапы создания презентации.
45. Классификация компьютерных сетей. Основные функции компьютерных сетей.
46. Глобальная компьютерная сеть Интернет. История сети Интернет.
47. Сервисы (службы) Интернета.
48. Структура веб-страницы. Гипертекст.
49. Поиск информации в WWW.
50. Электронная почта. Защита информации в сети Интернет.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Бажинов С.И., Маркарян В.С., Яшкина Е.Н. Курс лекций «Математика и информатика» для студентов, обучающихся по специальности 050720.65 «Физическая культура» / «ИИА «Пресс-меню», М.: 2012-9,16 п.л.

2. Информационные технологии [Электронный ресурс] : метод. рекомендации по самостоят. изучению дисциплины / Г.И. Попов, С.И. Бажинов, В.Г. Конюхов, Е.Н. Яшкина, В.А. Пирогов .— М. : РГУФКСМиТ, 2016 .— 167 с. : ил. — Авт. указаны на обороте тит. л. — Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/671375

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. https://urait.ru/book/informacionnye-tehnologii-v-marketinge-510957

4. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс] : Учеб. пособие / Г.И. Попов, С.И. Бажинов, В.Г. Конюхов, Я.Н. Яшкина, В.А. Пирогов .— М. : РГУФКСМиТ, 2017 .— 184 с. : ил. — Авт. указаны на обороте тит. л. — Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/671374

5. Коршикова, Л. А. Информационные технологии и стандартизация : учебное пособие : [16+] / Л. А. Коршикова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 76 с. : ил., табл. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576691

6. Яшкина Е.Н., Аронова Т.В., Фомичева Г.Ю. Учебное пособие. Методические указания для подготовки к тестированию по дисциплине «Информатика» для студентов всех направлений и специальностей очной и заочной форм обучения / «ИИА «Пресс-меню», М.: 2012- 6,08 п.л.

7. Яшкина Е.Н., Конюхов В.Г. Информатика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений; ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ». М.: 2012. – 147с.
8. Яшкина Е.Н., Конюхов В.Г., Конюхова Г.П., Аронова Т.В. Информатика: методические рекомендации к лабораторно-практическим и самостоятельным занятиям (работа с текстовой информацией). М.: 2011 – 2,75 п.л.
9. Яшкина Е.Н., Конюхова Г.П., Аронова Т.В. Информатика: методические рекомендации к лабораторно-практическим и самостоятельным занятиям (создание и оформление презентаций). М.: 2011 – 1,3 п.л.
10. Яшкина Е.Н., Конюхова Г.П., Аронова Т.В. Методические рекомендации по освоению работы в пакете Microsoft Office 2007. Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ, ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ». М.: 2011. – 0,7 п.л.
11. Яшкина Е.Н., Конюхова Г.П., Аронова Т.В., Фомичева Г.Ю. Информатика: методические рекомендации к лабораторно-практическим и самостоятельным занятиям (работа с числовой информацией). М.: 2011 – 2,5 п.л.

б) Дополнительная литература:

1. Акулов О.А., Медведев Н.В. Информатика: Базовый курс: учеб. для студентов вузов, бакалавров, магистров, обучающихся по направлению «Информатика и вычислительная техника»: доп. УМО по унив. Политех. образованию / 6-е изд., испр. и доп. - М.: Омега-Л, 2009. - 574 с.: ил.
2. Безручко В.Т. Информатика: курс лекций: учеб. пособие по дисциплине «Информатика» для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. и эконом. направлениям и специальностям: доп. науч.-метод. советом по информатике при М-ве образования и науки РФ / М.: Форум: Инфра-М, 2006. - 431 с.: ил.
3. Статистическая обработка данных. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений физической культуры/ Попов Г.И., Конюхов В.Г., Маркарян В.С. Яшкина Е.Н. – М.: ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», 2015г. – 225с.
4. Информатика: учеб. для курсантов и слушателей образоват. Учреждений высш. проф. образования МВД России по специальности 090106: доп. МВД РФ.Т. 1: Концептуал. основы / под общ. ред. В.А. Минаева [и др.]. - Изд. 2-е, расшир. и доп. - М.: Маросейка, 2008. - 463 с.: ил.
5. Информатика: учеб. для курсантов и слушателей образоват. Учреждений высш. проф. образования МВД России по специальности 090106: доп. МВД РФ.Т. 2: Средства и системы обработки данных /под общ. ред. В.А. Минаева [и др.]. - Изд. 2-е, расшир. и доп. - М.: Маросейка, 2008. - 542 с.: ил.

6. Информатика: учеб. для студентов эконом. специальностей вузов: рек. М-вом образования РФ / под ред. Н.М. Макаровой. - 3-е изд., перераб. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 767 с.: ил.
7. Информатика в экономике: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109, 080105, 080104, 080507, 080504, 080111: рек. Науч.-метод. советом по заоч. Эконом. образованию / под ред. Б.Е. Одинцова, А.Н. Романова. - М.: Вуз. учеб., 2008. - 477 с.: ил.
8. Информатика и ИКТ: метод. пособие для учителей. Ч. 1. Информ. картина мира / под ред. Н.В. Макаровой. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 299 с.: ил.
9. Информатика и ИКТ: метод. пособие для учителей. Ч. 2. Программное обеспечение информ. технологий / под ред. Н.В. Макаровой. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 429 с.: ил.
10. Информатика и ИКТ: метод. пособие для учителей. Ч. 3. Техн. Обеспечение информ. технологий / под ред. Н.В. Макаровой. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 205 с.: ил.
11. Максимов Н.В., Партыка Т.Л., Попов И.И. Современные информационные технологии: учеб. для студентов учреждений сред. проф. образования, обучающихся по группе специальностей «Информатика и вычисл. Техника»: рек. М-вом образования РФ / М.: Форум, 2008. - 511 с.: ил.
12. Новоселов М.А. Практикум по оформлению элементов графики на Web-сайтах в Интернете: Учеб.-метод. пособие по информатике для студентов РГУФКа: Одобрено эксперт.-метод. советом РГУФКа / РГУФК. - М.: 2004. - 55 с.
13. Элькин М.Д., Байгушева Н.А., Ларина О.В., Прикладная информатика в региональной экономике: учеб.-метод, пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080801 и др. междисциплин. специальностям: рек. УМО по образованию в обл. прикладной информатики / Федеральное агентство по образованию Астрах. гос. ун-т. - Астрахань: Астрах. ун-т, 2008. - 105 с.: ил.
14. Яшкина Е.Н. Информатика: учеб. пособие для студентов-заочников РГУФКа / Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. - М.: 2004. - 55 с.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://end.sportedu.ru;
2. http://lms.sportedu.ru;
3. http://www.kaspersky.ru;
4. http://www.microsoft.ru;
5. http://www.libreoffice.org;
6. http://www.gimp.org;
7. http://www.inkscape.org;
8. http://www.google.ru;

9. http://www.intuit.ru.

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ» для обучающихся Гуманитарного института, 1курса,
направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR» очной и заочной _____ формы (м) обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: биомеханики и естественнонаучных дисциплин.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 1 семестр (очная форма обучения), 2 семестр (заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Компьютерный практикум «Технология создания текстовой документации»	*11*	*20*
2	Компьютерный практикум «Технология работы с электронными таблицами»	*14*	*20*
3	Контрольная работа «Создание презентаций»	*15*	*20*
4	Тестирование «Основы информационных технологий»	*16*	*5*
5	Тестирование «Офисные и сетевые технологии»	*17*	*5*

[1] В графу вносится информация, если дисциплина (модуль) реализуется посредством очной формы обучения. При формировании таблицы для заочной формы обучения данная графа может не заполняться.

6	***Экзамен***		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	Компьютерный практикум «Технология создания текстовой документации»	*20*
2	Компьютерный практикум «Технология работы с электронными таблицами»	*20*
3	Контрольная работа «Создание презентаций»	*20*
4	Тестирование «Основы информационных технологий»	*5*
5	Тестирование «Офисные и сетевые технологии»	*5*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом, дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса

Кафедра биомеханики и естественнонаучных дисциплин

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.23.02 Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 аудиторных часа.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины: 1 семестр на очной форме обучения и 2 семестр на заочной форме обучения.

3. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» является формирование компетенций, необходимых в профессиональной деятельности, базирующейся на использовании современных возможностей аппаратных и программных средств. Язык реализации дисциплины русский.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)
1	2	3	4	5
УК-1	***Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.***	***1***	***2***	
УК-1.2	*Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.*	*1*	*2*	
УК-1.4	*Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках*	*1*	*2*	
УК-1.6	*Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем*	*1*	*2*	
ОПК-5	***Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона,***	***1***	***2***	

	страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.			
ОПК-5.1	*Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях*	*1*	*2*	
ОПК-5.2	*Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира*	*1*	*2*	
ОПК-5.3	*Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы*	*1*	*2*	

5. Краткое содержание дисциплины:

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Информационная безопасность	**1**	2		10		
2	Офисные технологии и базы данных	**1**	4	10	17		
3	Облачные технологии	**1**	2	4	10		
4	Мобильные технологии	**1**	2	4	10		
5	Сетевые технологии	**1**	4	6	14		
						9	**Экзамен**
Итого часов:			**14**	**24**	**61**		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Информационная безопасность	**2**			17		
2	Офисные технологии и базы данных	**2**	1	1	28		
3	Облачные технологии	**2**		1	14		
4	Мобильные технологии	**2**		1	14		
5	Сетевые технологии	**2**	1	1	20		
						9	**Экзамен**
Итого часов:			**2**	**4**	**93**		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.24 Введение в коммуникационные специальности»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от « 26 » сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_ рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 29 от «05» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составители:

Шапинская Екатерина Николаевна, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент: Кошелева Анна Владимировна, доктор культурологии, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ»

_____

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. **Цель освоения дисциплины (модуля) «Б1.О.24 Введение в коммуникационные специальности»** - освоение основных направлений специализации в области коммуникации, изучение видов деятельности в коммуникационной сфере и возможностей их применения в практической деятельности

1. **Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)**

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR». Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 (Б1.О).

Данная дисциплина определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование у обучающихся целостных представлений об основных направлениях специализации в области коммуникации.

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла, а также профессионального цикла: «Социологические исследования в современных коммуникациях», «Реклама и связи с общественностью в контексте межкультурных коммуникаций».

2. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**_____ форма обучения (ускоренное обучение)[1]**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-3	Способен осуществлять социальное	1	1	

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			
УК-3.1.	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	1	1	
УК 3.2.	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе	1	1	
УК-3.3.	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	1	1	
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1	1	
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	1	1	
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	1	1	
ОПК-4.3	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	1	1	
ОПК-5.	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1	1	
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника-ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	1	1	
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	1	1	
. ОПК-5.3	. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	1	1	

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **2 зачетные единицы, 72 академических часа.**

Краткое содержание дисциплины (модуля):

__очная__ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Коммуникационный менеджмент	**1**	**2**	**4**	**10**		**Зачет**
2	ПР как коммуникативная дисциплина	**1**	**4**	**6**	**10**		
3	Реклама как часть коммуникационного процесса	**1**	**2**	**6**	**10**		
4	Роль пресс-службы в процессе коммуникации	**1**	**2**	**6**	**10**		
Итого часов:			**10**	**22**	**40**		

__заочная__ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Коммуникационный менеджмент	**2**	**2**		**22**		**ЗАЧЕТ**
2	ПР как коммуникативная дисциплина	**2**		**2**	**20**		
3	Реклама как часть коммуникационного процесса	**2**		**2**	**24**		
4	Роль пресс-службы в процессе коммуникации				**64**		
Итого часов:			**2**	**4**			

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Вопросы к зачету по курсу

1. Современные теории коммуникации.
2. Коммуникативные барьеры.
3. Семиотический анализ коммуникации.
4. Речевое общение как средство коммуникации.
5. Обратная связь в процессе коммуникации.
7. Воздействие речевой и письменной информации.
8. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации.
9. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.
10. Роль масс медиа в современной культуре и обществе.
11. Изучение аудитории и его роль для понимания влияния масс медиа на общественное мнение.
12. Процессы глобализации и межкультурные коммуникации.
13. Культурные барьеры коммуникации.
14. Формы речевой коммуникации.
15. Невербальная коммуникация в культуре и обществе.
16. «Лингвистический поворот» в теории коммуникации.
17. Межличностная коммуникация в спортивном сообществе.

18. Различные модели коммуникационного процесса.
19. Роль коммуникатора в ПР-кампаниях.
20. Массовая коммуникация в современном мире.
21. Спортивные передачи в структуре СМК.
22. Межкультурные коммуникации в глобализирующемся мире.
23. Формы межкультурной коммуникации.
24. Роль межкультурных различий в спортивных событиях.
25. ПР в системе массовых коммуникаций.
26. Коммуникативные аспекты рекламы.

Вопросы для самопроверки.

1.Законы и категории теории коммуникации.

2. Методы теории коммуникации

3. Основные этапы развития теории коммуникации.

4. Современные концепции коммуникации.

5. Теории массовой коммуникации.

6. Структурные модели коммуникации.

7. Основные модели коммуникативного процесса.

8. Вербальная коммуникация.

9. Место естественного языка среди других знаковых систем.

10. Формы речевой коммуникации.

11. Невербальная коммуникация. Мимика и взгляд. Жесты.

12. Межличностная комуникация. Чувства и эмоции как коммуникативные действия.

13. Структура и динамика коммуникации в малой группе.

14. Структура и функции массовой коммуникации.

15. Массовая коммуникация и культура.

16. Виды масс медиа.

17. Межкультурная коммуникация.

18. Формы межкультурной коммуникации. Типы восприятия межкультурных различий.

19. Семиотический анализ коммуникации.

20. Речевое общение как средство коммуникации.

21. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.

22. Роль масс медиа в современной культуре и обществе.

23. Роль СМИ в постиндустриальном обществе.

24. Процессы глобализации и межкультурные коммуникации.

25. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации

26. Значение исследования аудитории для понимания роли масс медиа в обществе.

27. Новости в масс медиа и их роль в формировании общественного мнения.

28. Критические традиции в изучении СМК.

29. Новые тенденции в развитии СМК в эпоху глобализации.

30. Интернет как коммуникационное пространство.

Темы рефератов.

1. Особенности коммуникации у человека и животных.
2. Кодирование и декодирование в процессе коммуникации.
3. Культурные барьеры коммуникации.
4. Драматургический подход в теории коммуникации.
5. Формы речевой коммуникации.
6. Невербальная коммуникация в культуре и обществе.
7. «Лингвистический поворот» в теории коммуникации.
8. Язык жестов как вид коммуникации.
9. Межличностная коммуникация в спортивном сообществе.
10. Различные модели коммуникационного процесса.
11. Роль коммуникатора в ПР-кампаниях.
12. Массовая коммуникация в современном мире.
13. Массовое общество и массовые коммуникации.
14. Интернет как коммуникативное пространство.
15. Особенности аудитории спортивных передач.

16. Спортивные передачи в структуре СМК.

17. Межкультурные коммуникации в глобализирующемся мире.

18. Формы межкультурной коммуникации.

19. Роль межкультурных различий в спортивных событиях.

20. ПР в системе массовых коммуникаций.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-vvedenie-v-specialnost-510926

3. Спорт в системе социальных коммуникаций: учеб. пособие для студентов вузов физической культуры. – М., 2015.

4. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации: учеб пособие. – М.: Аспект пресс, 2013

5. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2014.

6. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности: журналистика, реклама и связи с общественностью: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 180 с.: ил., табл. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=701349

б) Дополнительная литература:

1.Назайкин А. Современное медиапланирование: учебное пособие. – М.: СОЛОН-Пресс, 2016 – 447 с.

2. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник. – М.: Дашков и К, 2015

3. Гавра Д.П. основы теории коммуникации. – М.: ЮРАЙТ, 2017.
4. Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. Социальные коммуникации. Психология общения. Учебник и практикум. – М.: ЮРАЙТ, 2016

5. Шарков Ф.И. Коммуникология : Основы теории коммуникации : учеб. для бакалавров рекламы и связей с общественностью. - М.: Дашков и К, 2009.

6. Викулова Л.Г.. Шарунов А.И. Основы теории коммуникации. Пратикум.- М., 2008

Данный раздел заполняется в соответствии с требованиями соответствующих разделов ФГОС. Указываются только те литературные источники, издания которых присутствуют в библиотечном фонде, в том числе в электронной библиотечной системе.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Данный раздел заполняется в виде ссылок на страницы сайтов в сети Интернет. При внесении ссылок в рабочую программу дисциплины (модуля) необходимо проверить их рабочее состояние.

1. Основы теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://prinfo.ru/modules/Articles/article.php?storyid=68
2. Моисеева А.П. Основы теории коммуникации **.** [Эл. ресурс] URL http://ctl.tpu.ru/files/teorcommup.
3. Предмет и объект теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://studme.org/14670715/menedzhment/predmet_obekt_teorii_kommunikatsii
4. Видеолекция Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Базовый аспект. Основы теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://www.distanz.ru/videoLecture/3403/

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red

2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **««_Б1.О24_** Введение в коммуникационные специальности***» для обучающихся Гуманитарного института, 1 курса, направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», по направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR», очной и заочной форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): 1 семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачёт.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Устное выступление с докладом и/или подготовка презентации по разделам 1-2.	1-я – 3я неделя семинарских занятий	**10**
2	Письменная контрольная работа по разделу 2	4-я неделя семинарских занятий	**20**
5	Письменная контрольная (самостоятельная) работа по разделу 3.	8-я неделя семинарских занятий	**10**
6	Устное выступление с докладом и/или подготовка презентации по разделам 4.	9-я- 10-я неделя семинарских занятий	**10**
7	Защита реферата	11-я неделя семинарских занятий	**19**
8	Посещение семинарских занятий	в течение семестра	**11** *(по 1 баллу за 2 академических часа)*
9	**Зачёт**	согласно	**20**

[2] В графу вносится информация, если дисциплина (модуль) реализуется посредством очной формы обучения. При формировании таблицы для заочной формы обучения данная графа может не заполняться.

		расписанию	
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	Подготовка презентации	7
2	Письменная контрольная работа	10
3	Тест	10
4	Устный опрос	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом, дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100

Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Если дисциплина (модуль) изучается в течение всего учебного года без наличия в период промежуточной аттестации зачёта/дифференцированного зачета/экзамена в конце семестра, то в информационной справке может приводится одна таблица на весь учебный год. Количество баллов за весь учебный год составляет 100 баллов. В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Если дисциплина (модуль) проходит в течение всего учебного года с промежуточной аттестацией в каждом семестре, то в информационной справке приводятся отдельно две таблицы с видами текущего контроля успеваемости (отдельно на каждый семестр). Количество баллов за каждый семестр составляет 100 баллов.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«_Б1.О.24_ Введение в коммуникационные специальности»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 2 зачетных единиц

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):** 1 семестр для дневного отделения, 2 семестр для заочного.

3. **Цель освоения дисциплины (модуля):** освоение основных направлений специализации в области коммуникации, изучение видов деятельности в коммуникационной сфере и возможностей их применения в практической деятельности

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)[3]**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1	1	
УК-3.1.	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	1	1	
УК 3.2.	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе	1	1	
УК-3.3.	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	1	1	
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1	1	
ОПК-	Соотносит социологические данные с запросами и	1	1	

[3] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

4.1	потребностями общества и отдельных аудиторных групп			
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	1	1	
ОПК-4.3	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	1	1	
ОПК-5.	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1	1	
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника-ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	1	1	
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	1	1	
. ОПК-5.3	. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	1	1	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля): __очная__ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Коммуникационный менеджмент	**1**	**2**	**4**	**10**		**Зачет**
2	ПР как коммуникативная	**1**	**4**	**6**	**10**		

	дисциплина						
3	Реклама как часть коммуникационного процесса	**1**	**2**	**6**	**10**		
4	Роль пресс-службы в процессе коммуникации	**1**	**2**	**6**	**10**		
Итого часов:			**10**	**22**	**40**		

__заочная__ форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Коммуникационный менеджмент	**2**	**2**		**22**		**ЗАЧЕТ**
2	ПР как коммуникативная дисциплина	**2**		**2**	**20**		
3	Реклама как часть коммуникационного процесса	**2**		**2**	**24**		
4					**64**		
Итого часов:			**2**	**4**			

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.25. Основы теории коммуникации»

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Направленность (профиль): Реклама. Спортивная реклама и PR_

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная и заочная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института_Гуманитарного
Протокол № 1 от «_26_» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель: Шапинская Е.Н. доктор философских наук, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ».
Рецензент: Кошелева Анна Владимировна, доктор культурологии, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ»

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является: освоение основных теоретических подходов к феномену коммуникации и возможности их применения в практической деятельности, уяснение роли ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы, овладение основными навыками, необходимыми современным специалистам в области коммуникации.

Указывается цель освоения дисциплины (модуля), соотнесенная с общими целями ООП (ОПОП), а также язык, на котором реализуется дисциплина (модуль).

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к циклу базовых дисциплин - Б.0.25. Данная дисциплина очень важна для специалистов в области связей с общественностью, которые в своей профессиональной деятельности постоянно сталкиваются с самыми разными проблемами, связанными с различными видами коммуникации и необходимостью формирования коммуникативного пространства. Данный курс взаимосвязан с другими дисциплинами ООП- «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика медиакоммуникаций». Только при интегративном подходе студент может получить полное представление о таком сложном и важном феномене как коммуникация и оптимально использовать теоретические знания в практической деятельности. Особое внимание уделяется, в соответствии со спецификой профиля ВУЗа, коммуникациям в сфере спорта.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)[1]
1	2	3	4	5
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1	1	
УК-1.1.	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	1	1	
УК 1.2.	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	1	1	
УК-1.3.	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	1	1	
УК-1.4.	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках.	1	1	
УК-1.5.	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	1	1	
УК-1.6.	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	1	1	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1	1	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	1	1	
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	1	1	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и	1	1	

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	межкультурных норм.			
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	1	1	
УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	1	1	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	1	1	
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	2		
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника-ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	2		
ОПК-5.2.	ОПК-5.2. Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	2		
ОПК-5.3.	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	2		

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов для очной формы обучения, 108 - для заочной.

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Коммуникация как объект теоретического анализа	1	16	4	30	4	
2	Виды и уровни коммуникации	1	22	10	31	5	экзамен
3	Особенности коммуникации в Интернет-пространстве	2	10	14	20	4	
4	Роль коммуникации в PR-деятельности	2	10	14	31	5	экзамен
Итого часов:			58	42	112	18	

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Коммуникация как объект теоретического анализа	**3**	**2**		**20**	**2**	
2	Виды и уровни коммуникации	**3**		**2**	**20**	**2**	
3	Особенности коммуникации в Интернет-пространстве	**3**		**2**	**20**	**2**	
4	Роль коммуникации в PR-деятельности	**3**	**2**	**2**	**29**	**3**	
Итого часов:			**4**	**6**	**89**	**9**	**Экзамен**

На каждую форму обучения заполняется отдельная таблица.
В графу **Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*** *вносятся формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом, в том числе наличие курсовых работ.*

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Вопросы к экзамену.

1.Законы и категории теории коммуникации.

2. Методы теории коммуникации

3. Основные этапы развития теории коммуникации.

4. Современные концепции коммуникации.

5. Теории массовой коммуникации.

6. Структурные модели коммуникации.

7. Основные модели коммуникативного процесса.

8. Вербальная коммуникация.

9. Место естественного языка среди других знаковых систем.

10. Формы речевой коммуникации.

11. Невербальная коммуникация. Мимика и взгляд. Жесты.

12. Межличностная комуникация. Чувства и эмоции как коммуникативные действия.

13. Структура и динамика коммуникации в малой группе.

14. Структура и функции массовой коммуникации.

15. Массовая коммуникация и культура.

16. Виды масс медиа.

17. Межкультурная коммуникация.

18. Формы межкультурной коммуникации. Типы восприятия межкультурных различий.

19. Семиотический анализ коммуникации.

20. Речевое общение как средство коммуникации.

21. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.

22. Роль масс медиа в современной культуре и обществе.

23. Роль СМИ в постиндустриальном обществе.

24. Процессы глобализации и межкультурные коммуникации.

25. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации

26. Значение исследования аудитории для понимания роли масс медиа в обществе.

27. Новости в масс медиа и их роль в формировании общественного мнения.

28. Критические традиции в изучении СМК.

29. Новые тенденции в развитии СМК в эпоху глобализации.

30. Интернет как коммуникационное пространство.

Примерная тематика рефератов, курсовых работ

1. Особенности коммуникации у человека и животных.

2. Кодирование и декодирование в процессе коммуникации.

3. Культурные барьеры коммуникации.

4. Драматургический подход в теории коммуникации.

5. Формы речевой коммуникации.

6. Невербальная коммуникация в культуре и обществе.

7. «Лингвистический поворот» в теории коммуникации.

8. Язык жестов как вид коммуникации.

9. Межличностная коммуникация в спортивном сообществе.

10. Различные модели коммуникационного процесса.

11. Роль коммуникатора в ПР-кампаниях.

12. Массовая коммуникация в современном мире.

13. Массовое общество и массовые коммуникации.

14. Интернет как коммуникативное пространство.

15. Особенности аудитории спортивных передач.

16. Спортивные передачи в структуре СМК.

17. Межкультурные коммуникации в глобализирующемся мире.

18. Формы межкультурной коммуникации.

19. Роль межкультурных различий в спортивных событиях.

20. PR в системе массовых коммуникаций.

Вопросы для самостоятельной работы.

1. Современные теории коммуникации.
2. Коммуникативные барьеры.
3. Семиотический анализ коммуникации.
4. Речевое общение как средство коммуникации.
5. Спор как разновидность речевой коммуникации.
6. Обратная связь в процессе коммуникации.
7. Воздействие речевой и письменной информации.
8. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации.
9. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.

. Роль масс медиа в современной культуре и обществе.

11. Роль СМИ в постиндустриальном обществе.
12. Изучение аудитории и его роль для понимания влияния масс медиа на общественное мнение.
13. Журналистика в контексте новых медиа.
14. Процессы глобализации и межкультурные коммуникации.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 231 с.

— (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-511672
2. Жесткова, Н.А. Конспект лекций по учебной дисциплине «Основы теории коммуникации» по специальности: 031600 – Реклама и связи с общественностью / Н.А. Жесткова .— Самара : Изд-во ПГУТИ, 2014 .— 54 с. https://lib.rucont.ru/efd/319905/info
3. Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций : теории и модели коммуникаций : учебное пособие : [16+] / Г. Б. Паршукова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с. : ил., табл. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576452
4. Спорт в системе социальных коммуникаций: учеб. пособие для студентов вузов физической культуры. – М., 2015.
5. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации: учеб пособие. – М.: Аспект пресс, 2013
6. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2014.

б) Дополнительная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. Социальные коммуникации. Психология общения. Учебник и практикум. – М.: ЮРАЙТ, 2016
2. Викулова Л.Г. Шарунов А.И. Основы теории коммуникации. Пратикум.- М., 2008
3. Гавра Д.П. основы теории коммуникации. – М.: ЮРАЙТ, 2017.
4. Назайкин А. Современное медиапланирование: учебное пособие. – М.: СОЛОН-Пресс, 2016 – 447 с.
5. Шарков Ф.И. Коммуникология : Основы теории коммуникации : учеб. для бакалавров рекламы и связей с общественностью. - М.: Дашков и К, 2009.
6. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник. – М.: Дашков и К, 2015

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Основы теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://prinfo.ru/modules/Articles/article.php?storyid=68
2. Моисеева А.П. Основы теории коммуникации**.** [Эл. ресурс] URL http://ctl.tpu.ru/files/teorcommup.
3. Предмет и объект теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://studme.org/14670715/menedzhment/predmet_obekt_teorii_kommunikatsii
4. Видео лекция Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Базовый аспект. Основы теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://www.distanz.ru/videoLecture/3403/

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

– Залы: библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет, актовый зал.

– возможность оперативного обмена информацией с российскими образовательными организациями

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) _«Б1.0.25 Основы теории коммуникации ***для обучающихся Гуманитарного института, 1 курса, группы направления подготовки/ специальности***42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

_ ***направленности (профилю)***__ Спортивная реклама и PR
Очной, заочной формы (м) обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: _рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): 1, 2 семестр (ы)
Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

Если номера семестров не совпадают при реализации дисциплины (модуля) на очной или заочной формах обучения, то указываются номера семестров отдельно для каждой формы обучения.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по разделу(модулю) «*Коммуникация, ее виды и уровни*»*	*5 неделя*	*10*
2	*Письменная работа по разделу(модулю) «Межкультурная коммуникация в современном мире».*		*15*
3	*Выполнение РГР по разделу (модулю)«* Модели коммуникационного процесса*»*		*10*
4	*Выполнение практического задания по разделу «*Массовая коммуникация*»*		*10*

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

5	*Написание реферата*		*20*
6	*Посещение занятий*		*15*
7	*Другие виды контроля*		
	Зачёт /дифференцированный зачет/экзамен		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по разделу(модулю) «Название»*	*5*
3	*Выступление на семинаре «Название»*	*10*
4	*Подготовка доклада «Название», пропущенному студентом*	*5*
5	*Дополнительное тестирование по теме/модулю (указать название)*	*5*
6	*Написание реферата по теме «Название»*	*15*
7	*Презентация по теме «Название»*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			

Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Если дисциплина (модуль) изучается в течение всего учебного года без наличия в период промежуточной аттестации зачёта/дифференцированного зачета/экзамена в конце семестра, то в информационной справке может приводится одна таблица на весь учебный год. Количество баллов за весь учебный год составляет 100 баллов. В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Если дисциплина (модуль) проходит в течение всего учебного года с промежуточной аттестацией в каждом семестре, то в информационной справке приводятся отдельно две таблицы с видами текущего контроля успеваемости (отдельно на каждый семестр). Количество баллов за каждый семестр составляет 100 баллов.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.0.25 Основы теории коммуникации
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): _Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 6 зачетных единиц

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):** 1-2 семестр для дневного отделения, 3 семестр для заочного.

3. **Цель освоения дисциплины (модуля):** освоение основных теоретических подходов к феномену коммуникации и возможности их применения в практической деятельности

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):**

(ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**_____ форма обучения (ускоренное обучение)[3]**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1	1	
УК-1.1.	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	1	1	
УК 1.2.	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	1	1	
УК-1.3.	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность	1	1	

[3] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.			
УК-1.4.	Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках.	1	1	
УК-1.5.	Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.	1	1	
УК-1.6.	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем	1	1	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1	1	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	1	1	
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	1	1	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	1	1	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	1	1	
УК-5.5.	Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации.	1	1	
УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности.	1	1	
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	2		
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	2		

ОПК-5.2.	ОПК-5.2. Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	2		
ОПК-5.3.	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	2		

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Коммуникация как объект теоретического анализа	1	16	4	30	4	
2	Виды и уровни коммуникации	1	22	10	31	5	экзамен
3	Особенности коммуникации в Интернет-пространстве	2	10	14	20	4	
4	Роль коммуникации в PR-деятельности	2	10	14	31	5	экзамен
Итого часов:			58	42	112	18	

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Коммуникация как объект теоретического анализа	**3**	**2**		**20**	**2**	
2	Виды и уровни коммуникации	**3**		**2**	**20**	**2**	
3	Особенности коммуникации в Интернет-пространстве	**3**		**2**	**20**	**2**	
4	Роль коммуникации в PR-деятельности	**3**	**2**	**2**	**29**	**3**	
Итого часов:			**4**	**6**	**89**	**9**	**Экзамен**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.26 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института РГУФКСМиТ
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Составитель:
Майоров Олег Вячеславович – к.п.н., доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Теория и практика связей с общественностью» являются:

– формирование у студентов комплекса знаний, необходимых для разработки и практической реализации проектов в сфере связей с общественностью в области спорта, для успешного осуществления кампаний по продвижению различных спортивных событий;

– обучение студентов теоретическим основам связей с общественностью, ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области построение деловых коммуникаций, выработка у них практических навыков эффективного использования технологий по связям с общественностью в различных сферах с учетом запросов и потребности общества и аудитории.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к дисциплинам обязательной части и читается по очной и заочной форме обучения – на первом курсе (1, 2 семестр) и на втором курсе (3 семестр).

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриата Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов, как «Введение в коммуникационные специальности», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы маркетинга», «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Теория и практика связей с общественностью», будут дополнены и конкретизированы в

следующих курсах: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Брендинг в сфере спорта», «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Копирайтинг», «Основы медиапланирования», «Принципы и технологии создания рекламного продукта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-3	***Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде***	***1,2***		***1,2***
УК-3.1	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	1,2		1,2
УК-3.2	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе	1,2		1,2
УК-3.3	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды	1,2		1,2
ОПК-1	***Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем***	***1,2,3***		***1,2,3***
ОПК-1.1	Знает типы медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов	1		1
ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	2		1,2
ОПК-1.3	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии	3		1,2

	с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем			
ОПК-4	***Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности***	***2,3***		***2,3***
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	2		2
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	2		2
ОПК-4.3	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	3		3

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 9 **зачетных единицы**, 324 **академических часа**

<u>Очная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1 курс		***1,2***	***34***	***50***	***114***	***9***	
1 семестр		***1***	***14***	***22***	***63***	***9***	***экзамен***
1	Тема 1. Сущность СО. Общие принципы организации рекламной деятельности.	1	4	4	12	-	
2	Тема 2. История возникновения и развития СО	1	2	2	10	-	
3	Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности и СО..	1	2	2	10	-	
4	Тема 4. Особенности рынка СО	1	2	6	13	-	
5	Тема 5. Средства СО и их применение.	1	4	8	18	-	
2 семестр		***2***	***20***	***28***	***51***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Нестандартная формы СО.	2	2	4	7		
7	Тема 7. Новые виды СО	2	4	4	8		
8	Тема 8.Инструменты СО: составляющие, подходы, основные	2	2	4	8		

	модели восприятия.						
9	Тема 9. Психологическое воздействие методов СО	2	4	6	10		
10	Тема 10. Теория поколений и поколенные характеристики в в СО	2	4	6	10		
11	Тема 11. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в СО	2	4	4	8		
2 курс		***3***	***20***	***28***	***51***	***9***	
3 семестр		***3***	***20***	***28***	***51***	***-***	***экзамен***
12	Тема 12. Принципы разработки кампаний СО	3	4	8	15	-	
13	Тема 13. Исследования в СО.	3	4	6	10	-	
14	Тема 14. Рекламные идеи и творческие стратегии в СО	3	4	6	12	-	
15	Тема 15. Формирование бюджета в СО.	3	4	4	12	-	
16	Тема 16. Оценка эффективности деятельности в СО	3	4	4	8	-	
Итого часов 324:			**54**	**78**	**165**	**27**	

<u>Заочная</u> форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1 курс			***8***	***12***	***178***	***9***	
1 семестр			***4***	***8***	***87***	***9***	***экзамен***
1	Тема 1. Сущность СО. Общие принципы организации рекламной деятельности.		1	2	14	-	
2	Тема 2. История возникновения и развития СО		0,5	1	18	-	
3	Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности и СО..		0,5	1	18	-	
4	Тема 4. Особенности рынка СО		1	2	13	-	
5	Тема 5. Средства СО и их применение.		1	2	24	-	
2 семестр			***4***	***4***	***91***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Нестандартная формы СО.		0,5	0,5	17	-	
7	Тема 7. Новые виды СО		0,5	0,5	18	-	
8	Тема 8.Инструменты СО:		0,5	0,5	18	-	

	составляющие, подходы, основные модели восприятия.						
9	Тема 9. Психологическое воздействие методов СО		1	1	10	-	
10	Тема 10. Теория поколений и поколенные характеристики в в СО		1	1	10	-	
11	Тема 11. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в СО		0,5	0,5	18	-	
2 курс			***4***	***8***	***87***	***9***	
3 семестр			***4***	***8***	***87***	***-***	***экзамен***
12	Тема 12. Принципы разработки кампаний СО		1	2	15	-	
13	Тема 13. Исследования в СО.		1	2	14	-	
14	Тема 14. Рекламные идеи и творческие стратегии в СО		0,5	1	20	-	
15	Тема 15. Формирование бюджета в СО.		1	2	20	-	
16	Тема 16. Оценка эффективности деятельности в СО		0,5	1	18	-	
Итого часов 324:			**12**	**20**	**265**	**27**	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Очно / заочно

Экзамен

1 курс, 1 семестр

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие, сущность и задачи СО
2. Предмет и методологические основы курса.
3. Межпредметные связи курса.
4. Место СО в комплексе маркетинговых коммуникаций.
5. Функции СО
6. Классификация инструментов СО
7. История агентств по СО.
8. Современное состояние зарубежного рынка СО.
9. Развитие рекламы в России.
10. Особенности нормативно-правового обеспечения деятельности по СО.
11. Источники права в сфере СО.
12. Морально-этические нормы в СО.
13. Сущность понятия «рынок СО»
14. Характеристика участников рынка СО.
15. Общая характеристика средство СО.
16. Выбор средств СО.
17. Этические кодексы в связях с общественностью
18. Профессиональное поведение специалиста по СО

1 курс,2 семестр

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие нестандартных методов СО.
2. Вирусный маркетинг.
3. Виды нестандартной рекламы.
4. Подходы к формированию рекламного обращения.
5. Виды креатива в рекламе.
6. Основные составляющие обращениям целевым аудиториям в СО..

7. Модели восприятия рекламного обращения.

8. Виды психологического методов СО.

9. Психологические методы воздействия методов сО.

10. История создания и общие основы теории поколений.

11. Теория поколений в России

12. Понятие «фирменный стиль».

13. Товарный знак как один из основных элементов фирменного стиля.

14. Фирменный рекламный слоган (девиз).

15. Другие элементы фирменного стиля.

16. Принципы создания фирменного стиля.

2 курс, 3 семестр

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие кампании в СО. Классификация кампаний.

2. Основные этапы проведения кампании в СО.

3. Разработка брифа кампании.

4. Планирование кампании.

5. Направленность рекламного воздействия.

6. Маркетинговые цели и задачи кампании СО.

7. Алгоритм выбора средств СО. Медиапланирование.

8. Контроль и корректировка процесса коммуникаций.

9. Исследования рыка и анализ рыночной ситуации.

10. Изучение целевых аудиторий.

11. Особенности исследования потребителей B2C рынка и B2B рынка.

12. Понятие идея» и «стратегия» в СО.

13. Выбор творческой стратегии.

14. Стратегии рационалистического типа.

15. Стратегии эмоционального типа.

16. Факторы, определяющие объем затрат.

17. Методы формирования бюджета.
18. Основные статьи бюджета в СО.
19. Правила оценки эффективности СО.
20. Психологическая эффективность СО.
21. Экономическая эффективность СО.
22. Практические аспекты оценки эффективности СО.
23. Аналитический отчет как элемент оценки проектов СО.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031.

2. Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / Булатова С.Н.; С.Н. Булатова.— Кемерово : КемГУКИ, 2012 .— 80 с. https://lib.rucont.ru/efd/237152/info

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 218 с. https://urait.ru/book/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostyu-531709

4. Карпова, С.В. Рекламное дело: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата, для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям: рек. УМО высш. образования / С.В. Карпова; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 431 с.: ил.

5. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие / А. Г. Милюкова ; Алтайский государственный университет. – Барнаул: Алтайский государственный

университет, 2020. – 196 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849

6. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093

б) Дополнительная литература:

1. Абросимов Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании - Москва: Лаборатория книги, 2012

2. Алексеев, С.В. Спортивный маркетинг: Правовое регулирование: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 032101, 080111, 030500: рек. УМЦ "Проф. учеб.": рек. Науч.-исслед. ин-том образования и науки : рек. Науч.-метод. советом по физ. культуре М-ва образования и науки РФ / С.В. Алексеев ; под ред. заслуж. юриста РФ, д-ра юрид. наук, проф. П.В. Крашенинникова; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М.: Закон и право: Юнити-Дана, 2015. - 640 с.: рис., табл.

3. Афанасьев, Г.С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг / Г.С. Афанасьев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 108 с. - ISBN 978-5-504-00802-8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178

4. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям : рек. М-вом образования и науки РФ / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн ; под ред. Г.Л. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 733 с.: табл.

5. Беркутова, Т.А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111: доп. умо по образованию в обл. маркетинга / Т.А. Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 254 с.: ил.

6. Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций / А.Д. Бутакова. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 101 с. - ISBN 978-5-504-00854-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857

7. Девлетов, О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов / О.У. Девлетов. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 348 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6473-5; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705.

8. Демешин, Л.В. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности / Л.В. Демешин. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 145 с. - ISBN 978-5-504-00515-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141479

9. Джафаров, К.А. Исследования в рекламе: учебное пособие / К.А. Джафаров. - Новосибирск: НГТУ, 2010. - 92 с. - ISBN 978-5-7782-1462-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957.

10. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438.

11. Интернет-реклама [Электронный ресурс] / Б.Б. Шагдарова .— Улан-Удэ : Бурятский государственный университет, 2016 .— 116 с. — ISBN 978-5-9793-0896-8 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/603246

12. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. 030600, 030601, 031300 : рек. УМО по клас. унив. образованию / Н.Г. Иншакова. - М.: Аспект пресс, 2014. - 256 с.: ил.

13. Исаенко, Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности: учебное пособие / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2012. - 352 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118545.

14. Казакова, М. Реклама / М. Казакова. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 78 с. - ISBN 978–5–905845–04–8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96915

15. Карпова, С.В. Брендинг: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям : доп. УМО высш. образования / С.В. Карпова, И.К. Захаренко ; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 439 с.: ил

16. Костина, А.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: электрон. учеб.: рек. Минобрнауки / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Кнорус, 2009. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

17. Кулаков, А.М. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных и общественных организациях [Электронный ресурс]: метод. указания, задания и учеб. материал для семинар. занятий для студентов 4 курса, обучающихся по направлению 031600.62 : утв. и рек. Эмс Гуманитар. ин-та ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / Кулаков А.М. ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2015

18. Куликов, М.Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки / М.Д. Куликов. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 106 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87036

19. Кунгурцев, К.И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России / К.И. Кунгурцев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 109 с. - ISBN

978-5-504-00190-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141919

20. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием / А.В. Лаптев. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00566-9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346

21. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишерз, 2016

22. Мельников, А. ATL и BTL технологии / А. Мельников. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 48 с. - ISBN 978–5–905865–98–5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97286

23. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" : доп. М-вом образования РФ / А.Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: магистр, 2008. - 397 с.: ил.

24. Музыкант, В.Л. Реклама в действии: стратегии продвижения : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401, 080111 : рек. М-вом образования и науки РФ : рек. Междунар. реклам. ассоц. / В.Л. Музыкант. - 2-е изд., доп. - М.: Эксмо, 2009. - 236 с.: ил.

25. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания / Т.В. Никитин. - Москва Лаборатория книги, 2010. - 80 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257

26. Николаев, А.С. Прогнозирование затрат на рекламу / А.С. Николаев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88505

27. Никулина, С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие / С.А. Никулина. - Москва: Директ-Медиа, 2014. - 170 с. - ISBN 978-5-4458-8658-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650.

28. Основы рекламы. Рабочая тетрадь [Электронный ресурс] / Е.В. Бородинова .— : Институт законоведения и управления Всероссийской

полицейской ассоциации, 2013 .— 23 с. — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/226804

29. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям: рек. М-вом образования РФ / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - Изд. 7-е, перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2005. - 525 с.: ил.

30. Песоцкий, Е.А. Реклама: учеб.-практ. пособие / Е.А. Песоцкий. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2009. - 383 с.: ил.

31. Плиский, Н.Н. Реклама: Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования / Н.Н. Плиский. - Изд. 2-е. - М.: Ленанд, 2016. - 179 с.

32. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651.

33. Ромат, Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. - 2-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 207 с.: ил.

34. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - Москва : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470.

35. Рыбаков, Ю.П. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии / Ю.П. Рыбаков. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 161 с. - ISBN 978-5-504-00762-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141873

36. Савельева, О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Н.В. Трубникова, О.О. Савельева .— М. : ИТК "Дашков и К", 2019 .— 452 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров) .— ISBN 978-5-394-03119-9 . — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/688935

37. Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы: учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 144

с. - ISBN 978-5-7996-0565-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874.

38. Талецкий, П.П. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг / П.П. Талецкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 90 с. - ISBN 978-5-504-00296-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140844

39. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422.

40. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л.Е. Трушина. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 246 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01087-3 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360 .

41. Усанова, О. Г. Речевое воздействие в рекламе [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. Г. Усанова, Челяб. гос. акад. культуры и искусств, О. Г. Усанова .— : Челябинск, 2006 .— 105 с. — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/199865

42. Учёнова, В.В. История рекламы: учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 495 с.: ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298 (18.01.2018).

43. Уштанит, Т. Экономическая и психологическая эффективности рекламной деятельности фирмы / Т. Уштанит. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 173 с. - ISBN 978-5-905835-09-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96887

44. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, С. Мориати, Дж. Бернетт; [пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой]. - 7-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 733 с.: ил.

45. Федотова, Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. Связи с общественностью: рек. Умо вузов РФ по образованию в области междунар. отношений / Л.Н. Федотова. - М.: КАМЕРОН, 2005. - 463 с.: табл.

46. Харитонов, М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М.В. Харитонов. - СПб.: Речь, 2008. - 197 с.

47. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 264 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-9044-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726.

48. Цветков, Д.А. Повышение эффективности рекламной деятельности / Д.А. Цветков. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88286

49. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 157 с.: рис.

50. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 184 с.: рис. 246090

51. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью":

доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2014. - 159 с.: табл.

52. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью": доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.: ил.

53. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930 .

54. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044.

55. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" : рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Ф.И. Шарков Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 347 с.

56. Шарков, Ф.И. Паблик Рилейшнз: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью": рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. международ. отношений / Ф.И. Шарков; Международ. ун-т бизнеса и управления. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 329 с.

57. Шацкий, П.С. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B / П.С. Шацкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 134 с. - ISBN 978-5-

504-00032-9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141474

58. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 128 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Журнал «Реклама: теория и практика». - http://www.grebennikoff.ru/product/8/

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu

4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

3.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.О.26, Теория и практика связей с общественностью» ***для обучающихся Гуманитарного института 1 и 2 курса направления подготовки/специальности*** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» ***направленности (профилю)*** – «Спортивная реклама и PR» *очной и заочной* ***форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Сроки изучения дисциплины (модуля): 1, 2, 3 семестры
Форма промежуточной аттестации: *экзамены в 1, 2 и 3 семестрах.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
	1 курс		
1 семестр			
1.	*Выступление на семинаре по теме 1 «*Сущность СО Общие принципы организации деятельности по СО*»*	*3 неделя / 4 неделя*	*5*
2.	*Выступление на семинаре по теме 2 «*История возникновения и развития СО»	*6 неделя*	*5*
3.	*Выступление на семинаре по теме 3 «*Правовое регулирование деятельности в СО»	*8 неделя*	*5*
4.	*Презентация по теме 4 «О*собенности рынка СО*»*	*10 неделя*	*15*
5.	*Выполнение практического задания №1 по теме 4 «*Особенности рынка СО»	*11 неделя / 12 неделя*	*15*
6.	*Презентация по теме 5* «Средства СО и их применение» *(характеристика одного средства СОпо выбору студента)*	*15 неделя / 16 неделя*	*15*
7.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 1 семестру		**70 баллов**
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

2 семестр			
8.	*Презентация по теме 6 «*Нестандартные методы СО»	*24 неделя*	*5*
9.	*Выступление на семинаре по теме 7 «*Новые виды СО-инструментов*»*	*25 неделя*	*5*
10.	*Выполнение практического задания №2 по теме 7 «*Новые виды и технологии СО»	*28 неделя*	*10*
11.	*Выполнение практического задания №3 по теме 8 «*Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия»	*30 неделя / 31 неделя*	*5*
12.	*Выступление на семинаре по теме 9 «*Психологическое воздействие методов СО*»*	*33 неделя*	*5*
13.	*Выполнение практического задания №4 по теме 9 «*Психологическое воздействие методов СО»	*34 неделя*	*10*
14.	*Выполнение практического задания №5 по теме 10 «*Теория поколений и поколенные характеристики в СО»	*38 неделя / 39 неделя*	*10*
15.	*Деловая игра по теме 11 «*Основные составляющие фирменного стиля и их применение в СО»	*42 неделя*	*10*
16.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 2 семестру		**70 баллов**
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**
2 курс			
3 семестр			
17.	*Выступление на семинаре по теме 12 «*Принципы разработки кампании по СО*»*	*3 неделя*	*5*
18.	*Деловая игра по теме 12 «*Принципы разработки кампании по СО*»*	*4 неделя*	*10*
19.	*Выступление на семинаре по теме 13* «Исследования в СО»	*6 неделя*	*5*
20.	*Выполнение практического задания №6 по теме 13* «Исследования в СО»	*8 неделя*	*10*
21.	*Выполнение практического задания №7 пСО-проектов*»	*11 неделя / 12 неделя*	*10*
22.	*Выполнение практического задания №8 по теме 15* «Формирование бюджета в СО»	*14 неделя / 15 неделя*	*10*
23.	*Выполнение практического задания №9 по теме 16* «Оценка эффективности деятельности по СО»	*17 неделя*	*10*
24.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 3 семестру		**70 баллов**
	Экзамен		***30***

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1 курс		

1 семестр		
1.	*Контрольная работа по теме «*Сущность СО. Общие принципы организации рекламной деятельности*»*	*10*
2.	*Презентация по теме «*Правовое регулирование рекламной деятельности»	*15*
3.	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
2 семестр		
1.	*Презентация по теме «*Новые виды коммуникаций в СО*»*	*10*
2.	*Презентация по теме «*Методы психологического воздействия на потребителя*»*	*10*
3.	*Тестирование по общим основам деятельности по СО*	*10*
4.	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
2 курс		
3 семестр		
1.	*Презентация по теме «*Формирование бюджета в СО»	*10*
2.	*Выполнение практического задания на тему «*Медиапланирование как этап кампании по СО»	*10*
3.	*Презентация по теме* «Эффективность кампании по СО»	*10*
4.	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.26, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 9 зачетных единиц, 324 академических часа.

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля):** *1, 2, 3* семестры

3. **Цель освоения дисциплины (модуля):**

– формирование у студентов комплекса знаний, необходимых для разработки и практической реализации проектов в сфере связей с общественностью в области спорта, для успешного осуществления кампаний по продвижению различных спортивных событий;

– обучение студентов теоретическим основам связей с общественностью, ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области построение деловых коммуникаций, выработка у них практических навыков эффективного использования технологий по связям с общественностью в различных сферах с учетом запросов и потребности общества и аудитории.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-3	***Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде***	***1,2***		***1,2***
УК-3.1	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	1		1
УК-3.2	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе	1,2		1,2
УК-3.3	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды	1,2		1,2
ОПК-1	***Способен создавать востребованные обществом и***	***1,2,3***		***1,2,3***

	индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем			
ОПК-1.1	Знает типы медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов	1		1
ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	2		1,2
ОПК-1.3	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	3		1,2
ОПК-4	***Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности***	***2,3***		***2,3***
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	2		2
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	2		2
ОПК-4.3	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	3		3

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

<u>Очная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1 курс		***1,2***	***34***	***50***	***114***	***9***	
1 семестр		***1***	***14***	***22***	***63***	***9***	***экзамен***
1	Тема 1. Сущность СО. Общие принципы организации рекламной деятельности.	1	4	4	12	-	
2	Тема 2. История возникновения и развития СО	1	2	2	10	-	
3	Тема 3. Правовое регулирование	1	2	2	10	-	

	рекламной деятельности и СО..						
4	Тема 4. Особенности рынка СО	1	2	6	13	-	
5	Тема 5. Средства СО и их применение.	1	4	8	18	-	
2 семестр		***2***	***20***	***28***	***51***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Нестандартная формы СО.	2	2	4	7		
7	Тема 7. Новые виды СО	2	4	4	8		
8	Тема 8.Инструменты СО: составляющие, подходы, основные модели восприятия.	2	2	4	8		
9	Тема 9. Психологическое воздействие методов СО	2	4	6	10		
10	Тема 10. Теория поколений и поколенные характеристики в в СО	2	4	6	10		
11	Тема 11. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в СО	2	4	4	8		
2 курс		***3***	***20***	***28***	***51***	***9***	
3 семестр		***3***	***20***	***28***	***51***	***-***	***экзамен***
12	Тема 12. Принципы разработки кампаний СО	3	4	8	15	-	
13	Тема 13. Исследования в СО.	3	4	6	10	-	
14	Тема 14. Рекламные идеи и творческие стратегии в СО	3	4	6	12	-	
15	Тема 15. Формирование бюджета в СО.	3	4	4	12	-	
16	Тема 16. Оценка эффективности деятельности в СО	3	4	4	8	-	
Итого часов 324:			**54**	**78**	**165**	**27**	

<u>Заочная</u> форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1 курс			***8***	***12***	***178***	***9***	
1 семестр			***4***	***8***	***87***	***9***	***экзамен***
1	Тема 1. Сущность СО. Общие принципы организации рекламной деятельности.		1	2	14	-	
2	Тема 2. История возникновения и развития СО		0,5	1	18	-	

3	Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности и СО..		0,5	1	18	-	
4	Тема 4. Особенности рынка СО		1	2	13	-	
5	Тема 5. Средства СО и их применение.		1	2	24	-	
2 семестр			***4***	***4***	***91***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Нестандартная формы СО.		0,5	0,5	17	-	
7	Тема 7. Новые виды СО		0,5	0,5	18	-	
8	Тема 8.Инструменты СО: составляющие, подходы, основные модели восприятия.		0,5	0,5	18	-	
9	Тема 9. Психологическое воздействие методов СО		1	1	10	-	
10	Тема 10. Теория поколений и поколенные характеристики в в СО		1	1	10	-	
11	Тема 11. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в СО		0,5	0,5	18	-	
2 курс			***4***	***8***	***87***	***9***	
3 семестр			***4***	***8***	***87***	***-***	***экзамен***
12	Тема 12. Принципы разработки кампаний СО		1	2	15	-	
13	Тема 13. Исследования в СО.		1	2	14	-	
14	Тема 14. Рекламные идеи и творческие стратегии в СО		0,5	1	20	-	
15	Тема 15. Формирование бюджета в СО.		1	2	20	-	
16	Тема 16. Оценка эффективности деятельности в СО		0,5	1	18	-	
Итого часов 324:			**12**	**20**	**265**	**27**	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ИнститутГуманитарный

Кафедрарекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.27 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01–Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программадисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного институтаРГУФКСМиТ
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Составитель:
Мысенко Галина Владимировна–к.п.н., доцент, доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблемРГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Теория и практика рекламы» является:обучение студентов теоретическим основам рекламного дела,ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области рекламного продвижения, выработка у них практических навыков эффективного использования рекламных технологий в различных сферах с учетом запросов и потребности общества и аудитории.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к дисциплинам обязательной части и читается по очной и заочной форме обучения – на первом курсе (1, 2 семестр) и на втором курсе (3 семестр).

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриатаГуманитарного институтаРГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов как «Введение в коммуникационные специальности», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы маркетинга».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Теория и практика рекламы», будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Брендинг в сфере спорта», «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Копирайтинг»,«Основы медиапланирования», «Принципы и технологии создания рекламного продукта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	***Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде***	***1,2***		
УК-3.1	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	1		
УК-3.2	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе	1,2		
УК-3.3	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды	1,2		
ОПК-1	***Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем***	***1,2,3***		
ОПК-1.1	Знает типымедиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов	1		
ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	2		
ОПК-1.3	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковыхсистем	3		
ОПК-4	***Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности***	***2,3***		
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	2		
ОПК-4.2	Использует основныеинструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /	2		

	групп общественности			
ОПК-4.3	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	3		
ОПК-6	***Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности***	***1,2,3***		
ОПК-6.1	Понимает основные принципы функционирования современных информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере.	1		
ОПК-6.2	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	2		
ОПК-6.3	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах осуществления профессиональной деятельности.	3		

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет9**зачетных единицы**, 324**академических часа**

<u>Очная</u> форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1 курс		***1,2***	***34***	***50***	***114***	***9***	
1 семестр		***1***	***14***	***22***	***63***	***9***	***экзамен***
1	Тема 1. Сущность рекламы. Общие принципы организации рекламной деятельности.	1	4	4	12	-	
2	Тема 2. История возникновения и развития рекламы.	1	2	2	10	-	
3	Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности..	1	2	2	10	-	
4	Тема 4. Особенности рекламного рынка.	1	2	6	13	-	
5	Тема 5. Рекламные средства и их применение.	1	4	8	18	-	
2 семестр		***2***	***20***	***28***	***51***	***9***	***экзамен***

6	Тема 6. Нестандартная реклама.	2	2	4	7		
7	Тема 7. Новые виды рекламы.	2	4	4	8		
8	Тема 8. Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия.	2	2	4	8		
9	Тема 9. Психологическое воздействие рекламы.	2	4	6	10		
10	Тема 10. Теория поколений и поколенные характеристики в рекламе.	2	4	6	10		
11	Тема 11. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в рекламной деятельности.	2	4	4	8		
2 курс		***3***	***20***	***28***	***51***	***9***	
3 семестр		***3***	***20***	***28***	***51***	***-***	***экзамен***
12	Тема 12. Принципы разработки рекламной кампании	3	4	8	15	-	
13	Тема 13. Рекламные исследования.	3	4	6	10	-	
14	Тема 14. Рекламные идеи и творческие стратегии рекламирования.	3	4	6	12	-	
15	Тема 15. Формирование рекламного бюджета.	3	4	4	12	-	
16	Тема 16. Оценка эффективности рекламной деятельности.	3	4	4	8	-	
Итого часов 324:			**54**	**78**	**165**	**27**	

<u>Заочная</u> форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1 курс			***8***	***12***	***178***	***9***	
1 семестр			***4***	***8***	***87***	***9***	***экзамен***
1	Тема 1. Сущность рекламы. Общие принципы организации рекламной деятельности.		1	2	14	-	
2	Тема 2. История возникновения и развития рекламы.		0,5	1	18	-	
3	Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности..		0,5	1	18	-	
4	Тема 4. Особенности рекламного		1	2	13	-	

	рынка.						
5	Тема 5. Рекламные средства и их применение.		1	2	24	-	
2 семестр			***4***	***4***	***91***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Нестандартная реклама.		0,5	0,5	17	-	
7	Тема 7. Новые виды рекламы.		0,5	0,5	18	-	
8	Тема 8. Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия.		0,5	0,5	18	-	
9	Тема 9. Психологическое воздействие рекламы.		1	1	10	-	
10	Тема 10. Теория поколений и поколенные характеристики в рекламе.		1	1	10	-	
11	Тема 11. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в рекламной деятельности.		0,5	0,5	18	-	
2 курс			***4***	***8***	***87***	***9***	
3 семестр			***4***	***8***	***87***	***-***	***экзамен***
12	Тема 12. Принципы разработки рекламной кампании		1	2	15	-	
13	Тема 13. Рекламные исследования.		1	2	14	-	
14	Тема 14. Рекламные идеи и творческие стратегии рекламирования.		0,5	1	20	-	
15	Тема 15. Формирование рекламного бюджета.		1	2	20	-	
16	Тема 16. Оценка эффективности рекламной деятельности.		0,5	1	18	-	
Итого часов 324:			**12**	**20**	**265**	**27**	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихсяпо дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Экзамен

1 курс

1 семестр

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие, сущность и задачи рекламы.
2. Предмет и методологические основы курса.
3. Межпредметные связи курса.
4. Место рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций.
5. Функции рекламы.
6. Классификация рекламы.
7. Протореклама.
8. Реклама в государствах Древнего мира.
9. Развитие рекламы в Средние века и Новое время в Западной Европе и США.
10. История рекламных агентств.
11. Современное состояние зарубежной рекламы.
12. Развитие рекламы в России.
13. Особенности нормативно-правового обеспечения рекламной деятельности.
14. Источники права в сфере рекламы
15. Морально-этические нормы в рекламной деятельности.
16. Сущность понятия «рекламный рынок».
17. Характеристика участников рекламного рынка.
18. Общая характеристика рекламных средств.
19. Реклама в прессе.
20. Печатная реклама.
21. Аудиовизуальная реклама.
22. Телевизионная реклама.
23. Радиореклама.
24. Прямая почтовая реклама.
25. Наружная реклама.
26. Рекламные сувениры.

27. Выставки и ярмарки.
28. Мероприятия паблик рилейшнз.
29. Компьютерная реклама.
30. Выбор рекламных средств.

1 курс

2 семестр

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие нестандартной рекламы.
2. Вирусный маркетинг.
3. Виды нестандартной рекламы.
4. Инфлюенсер-маркетинг
5. Органическая реклама.
6. Программатик-реклама
7. Подходы к формированию рекламного обращения.
8. Виды креатива в рекламе.
9. Основные составляющие рекламного обращения.
10. Модели восприятия рекламного обращения.
11. Виды психологического воздействия.
12. Психологическая эффективность рекламы.
13. Психологические методы воздействия рекламы
14. Психоанализ в рекламе.
15. История создания и общие основы теории поколений.
16. Теория поколений в России
17. Критика теории поколений.
18. Связь теории поколений и мировой культуры.
19. Рекламные подходы к представителям разных поколений.
20. Понятие «фирменный стиль».
21. Товарный знак как один из основных элементов фирменного стиля.

22. Фирменный рекламный слоган (девиз).
23. Другие элементы фирменного стиля.
24. Принципы создания фирменного стиля.

2 курс

3 семестр

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний.
2. Основные этапы проведения рекламной кампании.
3. Разработка брифа рекламной кампании.
4. Планирование рекламной кампании.
5. Направленность рекламного воздействия.
6. Маркетинговые цели и задачи рекламной кампании.
7. Формирование идеи рекламного обращения. Варианты стилевого решения обращения.
8. Алгоритм выбора средств рекламирования. Медиапланирование.
9. Контроль и корректировка процесса рекламной коммуникации.
10. Исследования рыка и анализ рыночной ситуации.
11. Изучение целевых аудиторий.
12. Особенности исследования потребителей B2C рынка и B2B рынка.
13. Понятие «рекламная идея» и «рекламная стратегия».
14. Выбор творческой рекламной стратегии.
15. Рекламные стратегии рационалистического типа.
16. Рекламные стратегии эмоционального типа.
17. Рекламные продукты.
18. Факторы, определяющие объем рекламных затрат.
19. Методы формирования рекламного бюджета.
20. Направления распределения рекламных ассигнований.
21. Основные статьи рекламного бюджета.

22. Правила оценки эффективности рекламы.

23. Психологическая эффективность рекламы.

24. Экономическая эффективность рекламы.

25. Практические аспекты оценки эффективности рекламных кампаний.

26. Аналитический отчет как элемент оценки рекламных кампаний.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031.

2. Карпова, С.В. Рекламное дело: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата, для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям: рек. УМО высш. образования / С.В. Карпова; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 431 с.: ил.

3. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR) : учебное пособие / А. Г. Милюкова ; Алтайский государственный университет. – Барнаул : Алтайский государственный университет, 2020. – 196 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849

4. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093.

5. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437

б) Дополнительная литература:

1. Абросимов Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании - Москва: Лаборатория книги, 2012

2. Алексеев, С.В. Спортивный маркетинг: Правовое регулирование: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 032101, 080111, 030500: рек. УМЦ "Проф. учеб.": рек. Науч.-исслед. ин-том образования и науки : рек. Науч.-метод. советом по физ. культуре М-ва образования и науки РФ / С.В. Алексеев ; под ред. заслуж. юриста РФ, д-ра юрид. наук, проф. П.В. Крашенинникова; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М.: Закон и право: Юнити-Дана, 2015. - 640 с.: рис., табл.

3. Афанасьев, Г.С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг / Г.С. Афанасьев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 108 с. - ISBN 978-5-504-00802-8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178

4. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям : рек. М-вом образования и науки РФ / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн ; под ред. Г.Л. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 733 с.: табл.

5. Беркутова, Т.А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111: доп. умо по образованию в обл. маркетинга / Т.А. Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 254 с.: ил.

6. Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций / А.Д. Бутакова. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 101 с. - ISBN 978-5-504-00854-7

[Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857

7. Девлетов, О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов / О.У. Девлетов. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 348 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6473-5; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705.

8. Демешин, Л.В. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности / Л.В. Демешин. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 145 с. - ISBN 978-5-504-00515-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141479

9. Джафаров, К.А. Исследования в рекламе: учебное пособие / К.А. Джафаров. - Новосибирск: НГТУ, 2010. - 92 с. - ISBN 978-5-7782-1462-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957.

10. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438.

11. Интернет-реклама [Электронный ресурс] / Б.Б. Шагдарова .— Улан-Удэ : Бурятский государственный университет, 2016 .— 116 с. — ISBN 978-5-9793-0896-8 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/603246

12. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. 030600, 030601, 031300 : рек. УМО по клас. унив. образованию / Н.Г. Иншакова. - М.: Аспект пресс, 2014. - 256 с.: ил.

13. Исаенко, Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности: учебное пособие / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2012. - 352 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118545.

14. Казакова, М. Реклама / М. Казакова. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 78 с. - ISBN 978–5–905845–04–8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96915

15. Карпова, С.В. Брендинг: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям : доп. УМО высш. образования / С.В. Карпова, И.К. Захаренко ; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 439 с.: ил

16. Костина, А.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: электрон. учеб.: рек. Минобрнауки / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Кнорус, 2009. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

17. Кулаков, А.М. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных и общественных организациях [Электронный ресурс]: метод. указания, задания и учеб. материал для семинар. занятий для студентов 4 курса, обучающихся по направлению 031600.62 : утв. и рек. ЭмсГуманитар. ин-та ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / Кулаков А.М. ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2015

18. Куликов, М.Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки / М.Д. Куликов. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 106 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87036

19. Кунгурцев, К.И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России / К.И. Кунгурцев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 109 с. - ISBN 978-5-504-00190-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141919

20. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием / А.В. Лаптев. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-

00566-9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346

21. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишерз, 2016

22. Мельников, А. ATL и BTL технологии / А. Мельников. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 48 с. - ISBN 978–5–905865–98–5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97286

23. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" : доп. М-вом образования РФ / А.Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: магистр, 2008. - 397 с.: ил.

24. Музыкант, В.Л. Реклама в действии: стратегии продвижения : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401, 080111 : рек. М-вом образования и науки РФ : рек. Междунар. реклам. ассоц. / В.Л. Музыкант. - 2-е изд., доп. - М.: Эксмо, 2009. - 236 с.: ил.

25. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания / Т.В. Никитин. - Москва Лаборатория книги, 2010. - 80 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257

26. Николаев, А.С. Прогнозирование затрат на рекламу / А.С. Николаев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88505

27. Никулина, С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие / С.А. Никулина. - Москва: Директ-Медиа, 2014. - 170 с. - ISBN 978-5-4458-8658-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650.

28. Основы рекламы. Рабочая тетрадь [Электронный ресурс] / Е.В. Бородинова .— : Институт законоведения и управления Всероссийской полицейской ассоциации, 2013 .— 23 с. — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/226804

29. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям: рек. М-вом образования РФ / Ф.Г.

Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - Изд. 7-е, перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2005. - 525 с.: ил.

30. Песоцкий, Е.А. Реклама: учеб.-практ. пособие / Е.А. Песоцкий. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2009. - 383 с.: ил.

31. Плиский, Н.Н. Реклама: Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования / Н.Н. Плиский. - Изд. 2-е. - М.: Ленанд, 2016. - 179 с.

32. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651.

33. Ромат, Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. - 2-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 207 с.: ил.

34. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - Москва : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470.

35. Рыбаков, Ю.П. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии / Ю.П. Рыбаков. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 161 с. - ISBN 978-5-504-00762-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141873

36. Савельева, О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Н.В. Трубникова, О.О. Савельева .— М. : ИТК "Дашков и К", 2019 .— 452 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров) .— ISBN 978-5-394-03119-9 . — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/688935

37. Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы: учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - ISBN 978-5-7996-0565-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874.

38. Талецкий, П.П. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг / П.П. Талецкий. - Москва: Лаборатория книги,

2012. - 90 с. - ISBN 978-5-504-00296-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140844

39. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422.

40. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л.Е. Трушина. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 246 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01087-3 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360 .

41. Усанова, О. Г. Речевое воздействие в рекламе [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. Г. Усанова, Челяб. гос. акад. культуры и искусств, О. Г. Усанова .— : Челябинск, 2006 .— 105 с. — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/199865

42. Учёнова, В.В. История рекламы: учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 495 с.: ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298 (18.01.2018).

43. Уштанит, Т. Экономическая и психологическая эффективности рекламной деятельности фирмы / Т. Уштанит. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 173 с. - ISBN 978-5-905835-09-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96887

44. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, С. Мориати, Дж. Бернетт; [пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой]. - 7-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 733 с.: ил.

45. Федотова, Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. Связи с общественностью: рек. Умо

вузов РФ по образованию в области междунар. отношений / Л.Н. Федотова. - М.: КАМЕРОН, 2005. - 463 с.: табл.

46. Харитонов, М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М.В. Харитонов. - СПб.: Речь, 2008. - 197 с.

47. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва; Берлин :Директ-Медиа, 2017. - 264 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-9044-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726.

48. Цветков, Д.А. Повышение эффективности рекламной деятельности / Д.А. Цветков. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88286

49. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 157 с.: рис.

50. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 184 с.: рис. 246090

51. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2014. - 159 с.: табл.

52. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью": доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П.

Бочаров ;Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.: ил.

53. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930 .

54. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044.

55. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" : рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Ф.И. Шарков Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 347 с.

56. Шарков, Ф.И. Паблик Рилейшнз: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью": рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. международ. отношений / Ф.И. Шарков; Международ. ун-т бизнеса и управления. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 329 с.

57. Шацкий, П.С. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B / П.С. Шацкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 134 с. - ISBN 978-5-504-00032-9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141474

58. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва:

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 128 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Журнал «Реклама: теория и практика». - http://www.grebennikoff.ru/product/8/

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в

сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.О.27, Теория и практика рекламы» ***для обучающихся Гуманитарного института1 и 2курса направления подготовки/специальности***42.03.01–«Реклама и связи с общественностью»***направленности (профилю)–***«Спортивная реклама и PR»*очной и заочной* ***форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Сроки изучения дисциплины (модуля):1, 2, 3 семестры
Форма промежуточной аттестации: *экзамены в 1, 2 и 3 семестрах.*

II. ФОРМЫОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Формаоценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**[1]	**Максимальное кол-во баллов**
1 курс			
1 семестр			
1.	*Выступление на семинаре по теме 1 «*Сущность рекламы. Общие принципы организации рекламной деятельности*»*	*3 неделя / 4 неделя*	*5*
2.	*Выступление на семинаре по теме 2 «*История возникновения и развития рекламы»	*6 неделя*	*5*
3.	*Выступление на семинаре по теме 3«*Правовое регулирование рекламной деятельности»	*8 неделя*	*5*
4.	*Презентация по теме 4 «О*собенности рекламного рынка*»*	*10 неделя*	*15*
5.	*Выполнение практического задания №1 по теме 4 «*Особенности рекламного рынка»	*11 неделя / 12 неделя*	*15*
6.	*Презентация по теме 5*«Рекламные средства и их применение»*(характеристика одного рекламного средства по выбору студента)*	*15 неделя / 16 неделя*	*15*
7.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 1 семестру		**70 баллов**
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**
2 семестр			

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

8.	*Презентация по теме 6«*Нестандартная реклама»	*24 неделя*	*5*
9.	*Выступление на семинаре по теме 7 «*Новые виды рекламы*»*	*25 неделя*	*5*
10.	*Выполнение практического задания №2 по теме 7 «*Новые виды рекламы»	*28 неделя*	*10*
11.	*Выполнение практического задания №3 по теме 8 «*Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия»	*30 неделя / 31 неделя*	*5*
12.	*Выступление на семинаре по теме 9 «*Психологическое воздействие рекламы*»*	*33 неделя*	*5*
13.	*Выполнение практического задания №4 по теме 9 «*Психологическое воздействие рекламы»	*34 неделя*	*10*
14.	*Выполнение практического задания №5 по теме 10 «*Теория поколений и поколенные характеристики в рекламе»	*38 неделя / 39 неделя*	*10*
15.	*Деловая играпо теме 11«*Основные составляющие фирменного стиля и их применение в рекламной деятельности»	*42 неделя*	*10*
16.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 2 семестру		**70 баллов**
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**
2 курс			
3 семестр			
17.	*Выступление на семинаре по теме12 «*Принципы разработки рекламной кампании*»*	*3 неделя*	*5*
18.	*Деловая играпо теме12 «*Принципы разработки рекламной кампании*»*	*4 неделя*	*10*
19.	*Выступление на семинаре по теме 13* «Рекламные исследования»	*6 неделя*	*5*
20.	*Выполнение практического задания №6 по теме 13* «Рекламные исследования»	*8 неделя*	*10*
21.	*Выполнение практического задания №7 по теме 14* «Рекламные идеи и творческие стратегии рекламирования»	*11 неделя / 12 неделя*	*10*
22.	*Выполнение практического задания №8 по теме 15* «Формирование рекламного бюджета»	*14 неделя / 15 неделя*	*10*
23.	*Выполнение практического задания №9 по теме 16* «Оценка эффективности рекламной деятельности»	*17 неделя*	*10*
24.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 3 семестру		**70 баллов**
	Экзамен		***30***

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**

1 курс		
1 семестр		
1.	*Контрольная работа по теме «*Сущность рекламы. Общие принципы организации рекламной деятельности*»*	*10*
2.	*Презентация по теме «*Правовое регулирование рекламной деятельности»	*15*
3.	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
2 семестр		
1.	*Презентация по теме «*Новые виды рекламы*»*	*10*
2.	*Презентация по теме «*Методы психологического воздействия на потребителя*»*	*10*
3.	*Тестирование по общим основам рекламной деятельности*	*10*
4.	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
2 курс		
3 семестр		
1.	*Презентация по теме «*Формирование рекламного бюджета»	*10*
2.	*Выполнение практического задания на тему «*Медиапланирование как этап рекламной кампании»	*10*
3.	*Презентация по теме* «Эффективность рекламной кампании»	*10*
4.	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ИнститутГуманитарный

Кафедрарекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.27,ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01–Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля)составляет 9 зачетных единицы, 324 академических часа.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля):*1, 2, 3*семестры

3. Цель освоения дисциплины (модуля): обучение студентов теоретическим основам рекламного дела,ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области рекламного продвижения, выработка у них практических навыков эффективного использования рекламных технологий в различных сферах с учетом запросов и потребности общества и аудитории.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-3	***Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде***	***1,2***		
УК-3.1	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	1		
УК-3.2	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе	1,2		
УК-3.3	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды	1,2		
ОПК-1	***Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем***	***1,2,3***		
ОПК-1.1	Знает типымедиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов	1		
ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	2		
ОПК-1.3	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии	3		

	с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковыхсистем			
ОПК-4	***Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности***	***2,3***		
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	2		
ОПК-4.2	Использует основныеинструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	2		
ОПК-4.3	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	3		
ОПК-6	***Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности***	***1,2,3***		
ОПК-6.1	Понимает основные принципы функционирования современных информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере.	1		
ОПК-6.2	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	2		
ОПК-6.3	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах осуществления профессиональной деятельности.	3		

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

<u>Очная</u> форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1 курс		***1,2***	***34***	***50***	***114***	***9***	
1 семестр		***1***	***14***	***22***	***63***	***9***	***экзамен***
1	Тема 1. Сущность рекламы. Общие принципы организации рекламной деятельности.	1	4	4	12	-	
2	Тема 2. История возникновения и развития рекламы.	1	2	2	10	-	
3	Тема 3. Правовое регулирование	1	2	2	10	-	

	рекламной деятельности..						
4	Тема 4. Особенности рекламного рынка.	1	2	6	13	-	
5	Тема 5. Рекламные средства и их применение.	1	4	8	18	-	
2 семестр		***2***	***20***	***28***	***51***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Нестандартная реклама.	2	2	4	7		
7	Тема 7. Новые виды рекламы.	2	4	4	8		
8	Тема 8. Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия.	2	2	4	8		
9	Тема 9. Психологическое воздействие рекламы.	2	4	6	10		
10	Тема 10. Теория поколений и поколенные характеристики в рекламе.	2	4	6	10		
11	Тема 11. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в рекламной деятельности.	2	4	4	8		
2 курс		***3***	***20***	***28***	***51***	***9***	
3 семестр		***3***	***20***	***28***	***51***	***-***	***экзамен***
12	Тема 12. Принципы разработки рекламной кампании	3	4	8	15	-	
13	Тема 13. Рекламные исследования.	3	4	6	10	-	
14	Тема 14. Рекламные идеи и творческие стратегии рекламирования.	3	4	6	12	-	
15	Тема 15. Формирование рекламного бюджета.	3	4	4	12	-	
16	Тема 16. Оценка эффективности рекламной деятельности.	3	4	4	8	-	
Итого часов 324:			**54**	**78**	**165**	**27**	

<u>заочная</u> форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1 курс			***8***	***12***	***178***	***9***	
1 семестр			***4***	***8***	***87***	***9***	***экзамен***
1	Тема 1. Сущность рекламы. Общие принципы организации рекламной		1	2	14	-	

	деятельности.						
2	Тема 2. История возникновения и развития рекламы.		0,5	1	18	-	
3	Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности..		0,5	1	18	-	
4	Тема 4. Особенности рекламного рынка.		1	2	13	-	
5	Тема 5. Рекламные средства и их применение.		1	2	24	-	
2 семестр			***4***	***4***	***91***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Нестандартная реклама.		0,5	0,5	17	-	
7	Тема 7. Новые виды рекламы.		0,5	0,5	18	-	
8	Тема 8. Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия.		0,5	0,5	18	-	
9	Тема 9. Психологическое воздействие рекламы.		1	1	10	-	
10	Тема 10. Теория поколений и поколенные характеристики в рекламе.		1	1	10	-	
11	Тема 11. Основные составляющие фирменного стиля и их применение в рекламной деятельности.		0,5	0,5	18	-	
2 курс			***4***	***8***	***87***	***9***	
3 семестр			***4***	***8***	***87***	***-***	***экзамен***
12	Тема 12. Принципы разработки рекламной кампании		1	2	15	-	
13	Тема 13. Рекламные исследования.		1	2	14	-	
14	Тема 14. Рекламные идеи и творческие стратегии рекламирования.		0,5	1	20	-	
15	Тема 15. Формирование рекламного бюджета.		1	2	20	-	
16	Тема 16. Оценка эффективности рекламной деятельности.		0,5	1	18	-	
Итого часов 324:			**12**	**20**	**265**	**27**	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра психологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.28 Психология рекламы и связей с общественностью»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профили «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры психологии
Протокол № 32 от 18 июня 2019 года

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры психологии
Протокол № __ от «__» _____20___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры психологии
Протокол № __ от «__» _____20___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры психологии
Протокол № __ от «__» _____20___ г.

Составитель: Шумова Наталия Сергеевна, к.псх.н., доцент кафедры психологии РГУФКСМиТ

Рецензент:

_____

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью»

Цель освоения дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» – теоретически, практически и личностно подготовить студентов к работе на основе системного изучения фундаментальных психологических теорий о природе и особенностях психологии рекламы и связей с общественностью, изучения феноменологии и закономерностей общественных и межгрупповых отношений, внутригрупповых процессов, освоения психологических основ предвидения и прогнозирования реакций различных групп на происходящие события.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Психология рекламы и связей с общественностью» относится к обязательным дисциплинам рабочей учебной программы (Б1.О.28) для набора 2019 года.

Изучение курса «Психология рекламы и связей с общественностью» следует за изучением дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Социология рекламы и связей с общественностью».

Прохождение данной дисциплины предшествует прохождению дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», является одним из элементов подготовки к прохождению преддипломной практики.

Итогом изучения данной дисциплины является оценка сформированности компетенций, указанных в пункте 3, при прохождении государственной итоговой аттестации.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (№ семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-3	*Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде*			
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	*7 сем*		*10 сем*
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	7 сем		10 сем
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	7 сем		10 сем
ОПК-	*Способен отвечать на запросы и потребности общества и*			

4	*аудитории в профессиональной деятельности*			
	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	7 сем		10 сем
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	7 сем		10 сем
	ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	7 сем		10 сем

4. Структура и содержание дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Очная форма обучения – 7 семестр

Наименование тем и разделов	Семестр	**Виды учебной работы, вкл. самостоят-ю работу, обуч-ся в соотв-и с учеб-м пл-м (в академич-х**				**Форма промежуточной атт-и *(по семестрам)***
		Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
Реклама и связи с общественностью как социально-психологический механизм взаимодействия потребителей и производителей товаров и услуг в современном обществе. Психология рекламы и связей с общественностью как раздел социальной психологии						
1. Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью. Психологические основания коммуникативной деятельности в рекламе и связей с общественностью.	7	2		6		
2. Общение как психологическое основание деятельности в рекламе и связях с общественностью	7	2		6		
3. Психологические категории «Установка» и «интерес» в рекламе и связях с общественностью.	7	2		6		
4. Понимание, ценности и конфликт в рекламе и связях с общественностью.	7	2	2	6		
5. Структура связей с общественностью	7		2	6		
Понятие, социальный феномен и предмет исследования психологии рекламы и связей с общественностью						
6. Реклама и PR как социально-экономические явления	7	2	2	6		
7. Состояние проблемы изучения рекламы в			2	6		

психологии.						
8. Психологические аспекты экономического поведения человека	7		2	6		
9. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности	7		2	6		
10. Особенности психического отражения рекламной продукции	7		2	6		
11. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы	7		2	2		
12. Современные экспериментальные исследования в рекламе	7		2			
Информационное и нормативное влияние. Теории толпы, публики и масс. Психология толпы						
13. Планирование информационного сообщения	7	2	2			
14. Психологические аспекты организации связей с общественностью. Коммуникант, коммуникативные барьеры. Конформизм. Уступчивость как реакция на влияние социальных норм. Сопротивление влиянию и Я - концепция.	7	2				
15. Влияние аудитории на восприятие. Теория конфликта внимания	7	2	2			**Диф. зачет**
Психологические эффекты	7	2	2			
16. Циркулярная реакция и коммуникация. Подражание и заражение	7	2	2			
Итого: 108 часов		20	26	62		

Заочная форма обучения – 10 семестр

Наименование тем и разделов	Семестр	**Виды учебной работы, вкл. самостоят-ю работу, обуч-ся в соотв-и с учеб-м пл-м**				**Форма промежуточной атт-и *(по семестрам)***
		Занятия лекционного	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
Реклама и связи с общественностью как социально-психологический механизм взаимодействия потребителей и производителей товаров и услуг в современном обществе. Психология рекламы и связей с общественностью как раздел социальной психологии						
1. Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью. Психологические основания коммуникативной деятельности в рекламе и связей с общественностью.	10	2		6		
2. Общение как психологическое основание деятельности в рекламе и связях с	10	2		6		

общественностью						
3. Психологические категории «Установка» и «интерес» в рекламе и связях с общественностью.	10		2	6		
4. Понимание, ценности и конфликт в рекламе и связях с общественностью.	10		2	6		
5. Структура связей с общественностью	10		2	6		
Понятие, социальный феномен и предмет исследования психологии рекламы и связей с общественностью						
6. Реклама и PR как социально-экономические явления	10		2	6		
7. Состояние проблемы изучения рекламы в психологии.	10		2	6		
Психологические аспекты экономического поведения человека	10			6		
Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности	10			6		
Особенности психического отражения рекламной продукции	10			6		
Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы	10			6		
Современные экспериментальные исследования в рекламе	10			6		
Информационное и нормативное влияние. Теории толпы, публики и масс. Психология толпы						
8. Планирование информационного сообщения	10	2		6		
9. Психологические аспекты организации связей с общественностью. Коммуникант, коммуникативные барьеры. Конформизм. Уступчивость как реакция на влияние социальных норм. Сопротивление влиянию и Я - концепция.	10			6		
10. Влияние аудитории на восприятие. Теория конфликта внимания	10			6		**Диф. зачет**
Психологические эффекты						
11. Циркулярная реакция и коммуникация. Подражание и заражение	10			4		
Итого: 108 часов		4	10	94		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью».

Примерный перечень вопросов к зачету по всей дисциплине для студентов очной формы обучения в 7, заочной формы обучения в 10 семестре

1. Категория «отношений» в рекламе и связях с общественностью.
2. Аттракция, как психологическая категория в связях с общественностью.
3. Психологическая категория «установки» в рекламе и способы ее формирования. Социально – психологическая установка.
4. Психологическая категория «интереса» в рекламе и связях с общественностью и способы его формирования.
5. Реклама как коммуникация. Психологические основы рекламных коммуникаций. Структура коммуникативного процесса, психологическая категория «взаимопонимания» и способы ее формирования. Рекламная деятельность как диалог
6. Психологический критерий «подготовленности» аудитории к принятию информации.
7. Соотношение психологических категорий «понимание» и «принятие» информации в рекламе и связях с общественностью. Сущность и специфика «информированности» аудитории, психологическая проблема «непонимания» в коммуникации.
8. Формула интенсивности социальной информации.
9. Психологическая категория «ценности» в рекламе и связях с общественностью и способы ее формирования. Сущность понятия «обмен ценностями».
10. Психологическая категория «конфликта» в рекламе и связях с общественностью и способы его предупреждения.
11. Понятия «редакция», «издатель», групп «медиократов» и «спиндокторов». Характеристика индикаторов освещения события. Организованные этапы прохождения сообщения в СМК и способы воздействия на прохождение события. Использование психологических аспектов рекламного воздействия при проведении PR
12. Целевая установка и специфика коммуникатора в связях с общественностью.
13. Стадии восприятия, стадии взаимодействия аудитории и информационного сообщения. Типы ответных реакции аудитории на информационное сообщение.
14. Психологические типы аудитории в рекламе и связях с общественностью. Уровень эффективности коммуникативного процесса. Факторы влияния на аудиторию.
15. «Конечная продукция» и «конечный результат» в рекламе и связях с общественностью, соотношение понятий. Контроль за коммуникативным процессом: тактика мониторинга, «пакета». Анализ общественного мнения.
16. Психологические реакции: когнитивная, ценностная, организационная, тонизирующая и коммуникативная.
17. Соотношение информационного сообщения и оценочной информации как психологический рычаг управления общественным мнением. Психологические исследования содержательных и формально – динамических характеристик рекламы
18. Цели и задачи планирования сообщения, сущность и содержание сообщения в рекламе и связях с общественностью, его цель, количественные и качественные характеристики. Психология рекламы и медиа – планирование. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации.
19. Психологические помехи в рекламе и связях с общественностью: избирательность внимания, избирательное искажение, избирательные реакции. Помехи, связанные с опытом, субъективными оценками, рассогласованием. Лингвистические барьеры, фактор избирательности, статусных различий, времени, перегрузки.
20. Концепция рекламы как формы психологических воздействий. Теория Грюнинга и Ханта и структура общественного окружения как психологическая проблема в рекламе и связях с общественностью. Теория диффузии и иерархии воздействия на аудиторию. Психологические воздействия в рекламе и проблема выбора. Теория потребления и удовлетворения.
21. Сущность ситуационной теории общественности. Характеристика модели «паблисити».

22. Проблема моделирования психологической структуры рекламных воздействий. Проблема психологической экспертизы рекламы и оценка ее эффективности.
23. Модель «общественной информации». Двусторонняя асимметричная модель. Характеристика и задачи модели «Колесо Бернштейна».
24. Две стратегии организации исследований и прикладных разработок в рекламной деятельности (суггестивый и маркетинговый подходы).
25. Проблема исследования психических процессов человека в рекламе. Психические процессы и психологические воздействия. Психические процессы в условиях рекламных коммуникаций. Рекламные коммуникации как объект психологического исследования в маркетинге
26. Системный подход и психология рекламной деятельности. Рекламная деятельность как явление экономики, психологии и культуры. Маркетинг как основная концепция производства и реализации товаров и услуг в современных рыночных условиях
27. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности.
28. Потребность в общении и социализация личности. Социализация и индивидуальность.
29. Человек как субъект рекламных коммуникаций.
30. Личность и самореклама. Стратегии поведения человека в условиях саморекламы. Социализация и самопрезентация у детей. Древняя и современная магия как формы самопрезентации человека. Демонстративность как патология личности.
31. Этические проблемы психологических воздействий в рекламе. Психологическое манипулирование потребителем в условиях личных
32. продаж. Концепция социально – этического маркетинга и проблемы психологии развития личности
33. Психографический анализ в маркетинге и рекламе
34. Психология рекламы и комплекс маркетинговых коммуникаций. Типы рекламных коммуникаций в маркетинге
35. Психологические проблемы исследования мотивации потребителя. Психология рекламы и проблема изучения потребностей. «Опредмечивание» потребностей в маркетинге и рекламе. Развитие потребностей в условиях рынка. Имиджи и брэнды как предмет социальных потребностей
36. Пропаганда как вид рекламной деятельности. Цели и задачи пропаганды. Пропаганда в условиях психологических войн
37. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека
38. Влияние психологических стереотипов на восприятие содержания пропаганды. Пропаганда и реклама как элементы системы рекламной деятельности. Политическая реклама и имиджмейкинг
39. Информация и реклама
40. Реклама как элемент культуры
41. Миф в рекламе как социально – психологический феномен
42. Проблема отношения общества к рекламе
43. «Адвертологический» подход к психологии рекламы
44. Понятие Public Relations. Отличие Public Relations от рекламы

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Вирен Г. Современные медиа: приемы информ. войн: учеб. пособие для студентов вузов 030600 и специальности 030601 и направлению подгот. ВПО 031300: рек. УМО по клас. универ. образованию / Георгий Вирен. - М.: Аспект пресс, 2013. - 126 с.: ил. 246104

2. Гуревич, П.С. Психология рекламы [Электронный ресурс] : учебник / П.С. Гуревич . — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015 .— 272 с. : ил. — (Учебники профессора П.С. Гуревича) .— ISBN 5-238-00936-4 .— ISBN 978-5-238-00936-4 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/352517
3. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности : учебник / М.А. Измайлова .— 6-е изд., стер. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 443 с. https://lib.rucont.ru/efd/689421/info
4. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 393 с. https://urait.ru/book/psihologiya-reklamy-i-pr-510921
5. Мандель, Б. Р. Психология рекламы : иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 382 с. : ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270327
6. Психология менеджмента [Электронный ресурс] : практикум / И.В. Белашева, А.Д. Ложечкина .— Ставрополь : изд-во СКФУ, 2017 .— 107 с. — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/688042

б) Дополнительная литература:

1. Щербинина, О.А. Психические состояния человека в профессиональной деятельности [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / Т.А. Болдырева, Оренбургский гос. ун- т, О.А. Щербинина .— Оренбург : ОГУ, 2017 .— 109 с. — ISBN 978-5-7410-1768-5 .— Режим доступа: https://lib.rucont.ru/efd/646131
2. Аткинсон *М.* Достижение целей : Пошаговая система : пер. с англ. = Art&science of coaching : Step-by-Step System / Мэрилин Аткинсон, при участии Рае Т. Чойс = M. W. Atkinson, R. T. Chois. - М.: Альпина паблишер, 2012. - 280 с.: ил. 244795
3. Вердербер *Р.* Психология общения: тайны эффектив. взаимодействия / Вердербер Р., Вердербер К. - СПб.: Прайм-еврознак, [2010]. - 412 с.: ил. 186101
4. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Психология" : рек. Учеб.-метод советом УМО по клас. унив. образованию / Н.Н. Богомолова. - М.: Аспект пресс, 2008. - 191 с.: ил. 164200
5. Коццолино *М.* Невербальная коммуникация: Теории, функции, язык и знак / М. Коццолино. – Х.: Гуманитарный Центр, 2009. – 248 с.
6. Леонтьев *А.А.* Психология общения: учебное пособие / А. А Леонтьев.– 4-е изд.- М.: Смысл: Академия, 2007.– 368 с.
7. Самохвалова А.Г. Деловое общение: секрет эффективных коммуникаций: учебное пособие / А.Г. Самохвалова. – СПб.: Речь, 2012. – 333 с.
8. Титова Л.Г. Деловое общение: учебное пособие для студентов вузов / Л.Г. Титова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 271 с.
9. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учеб. пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.
10. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томсон. — М.: Вильямс, 2004. — 432 с.
11. Гойхман О. Я. Речевая коммуникация: учебник для вузов / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. — М.: ИНФРА-М, 2006.

12. Денисенкова А. Как провести шумную рекламную кампанию малыми средствами / А. Денисенкова. — М.: АСТ: АСТ Москва: Хранитель, 2008. — 122 с.
13. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: учебное пособие / Р.И. Мокшанцев. — М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2009. — 230 с.
14. Ольшанский Д. В. Политический PR: монография / Д. В. Ольшанский. — М.; Харьков; СПб.: Питер, 2003. — 540 с.
15. Ольшевский А. С. Негативные PR-технологии / А. С. Ольшевский, А. С. Ольшевская. — М.: Инфра-М, 2004. — 329 с.
16. Почепцов Г. Г. Информационные войны: монография / Г. Г. Почепцов. — М.: Рефл-Бук; Киев: Ваклер, 2000. — 574 с.
17. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или Как управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. — М.: Рефл-бук, 2004.
18. Психология массовой коммуникации: учебник / под ред. А.А. Бодалева, А.А. Деркача, Л.Г. Лаптева. – М.: Гардарики, 2008. – 254 с.
19. Реклама: язык, речь, общение: учебное пособие / под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 288 с.
20. Ульяновский А. В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А.В. Ульяновский. — СПб.: Питер, 2005. — 544 с.
21. Федеральный Закон «Об информации, информатизации и защите информации». — М.: Омега-Л, 2006. — 24 с.
22. Яковлев И. П. Современные теории массовых коммуникаций: учебное пособие / И. П. Яковлев. — СПб.: Роза мира, 2006.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://www.edu.ru/ – «Российское образование» – федеральный портал.
2. http://www.tssr.ru/ – сайт Федерации спортивного туризма России.
3. http://www.skitalets.ru/ – сервер для туристов и путешественников «Скиталец».
4. http://минобрнауки.рф/ – сайт Министерства образования и науки Российской Федерации.
5. http://www.rosmintrud.ru/ – сайт Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации.
6. http://minstm.gov.ru/ – сайт Министерства спорта Российской Федерации.
7. http://mducekt.mskobr.ru/ – сайт Государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования города Москвы «Московский детско-юношеский центр экологии, краеведения и туризма».
8. http://turcentrrf.ru/ – сайт Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования детей «Федеральный центр детско-юношеского туризма и краеведения».

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.

4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.
3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.
4.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью» для обучающихся Гуманитарного института 4 курса очной и 5 курса заочной форм обучения, направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортивная реклама и PR»

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: психологии.

Сроки изучения дисциплины **«Психология рекламы и связей с общественностью»** – 7 семестр очной, 10 семестр заочной форм обучения.

Форма промежуточной аттестации:
для очной и заочной формы обучения – **дифференцированный зачет.**

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Виды текущего контроля	Сроки проведения*	Макс. кол-во баллов**
1	Рукописный реферат по теме одной из лекций 1. Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью. Психологические основания коммуникативной деятельности в рекламе и связей с общественностью. 2. Общение как психологическое основание деятельности в рекламе и связях с общественностью 3. Психологические категории «Установка» и «интерес» в рекламе и связях с общественностью. 4. Понимание, ценности и конфликт в рекламе и связях с общественностью. 5. Понятие, социальный феномен и предмет исследования психологии рекламы и связей с общественностью. Реклама и PR как социально-экономические явления	*1.09-11.01*	20
2	Тестирование и освоение методики **По теме №1: Реклама и связи с общественностью как социально-психологический механизм взаимодействия потребителей и производителей товаров и услуг в современном обществе. Психология рекламы и связей с общественностью как раздел социальной психологии** 1. Анализ коммуникаций в группах и организациях. Опросник К.Томаса 2. Исследование стереотипов **По теме №2: Понятие, социальный феномен и предмет исследования психологии рекламы и связей с общественностью.** 3. Установки, роль общения в их изменении. Ригидность мышления. **По теме №3: «Информационное и нормативное влияние»** 4. Изменение состояний. Самооценка тревожности 5. Двойные стандарты **По теме №4: «Психологические эффекты»** 6. Исследование познавательного контроля при восприятии. 7. Ригидность речи. 8. Эготизм в речи	*1.09-11.01*	25

3	*Доклад по теме:* 1. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности. 2. Потребность в общении и социализация личности. Социализация и индивидуальность. 3. Человек как субъект рекламных коммуникаций. 4. Личность и самореклама. Стратегии поведения человека в условиях саморекламы. Социализация и самопрезентация у детей. Древняя и современная магия как формы самопрезентации человека. Демонстративность как патология личности. 5. Этические проблемы психологических воздействий в рекламе. Психологическое манипулирование потребителем в условиях личных 6. продаж. Концепция социально – этического маркетинга и проблемы психологии развития личности 7. Психографический анализ в маркетинге и рекламе 8. Психология рекламы и комплекс маркетинговых коммуникаций. Типы рекламных коммуникаций в маркетинге 9. Психологические проблемы исследования мотивации потребителя. Психология рекламы и проблема изучения потребностей. «Опредмечивание» потребностей в маркетинге и рекламе. Развитие потребностей в условиях рынка. Имиджи и брэнды как предмет социальных потребностей 10. Пропаганда как вид рекламной деятельности. Цели и задачи пропаганды. Пропаганда в условиях психологических войн 11. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека 12. Влияние психологических стереотипов на восприятие содержания пропаганды. Пропаганда и реклама как элементы системы рекламной деятельности. Политическая реклама и имиджмейкинг 13. Информация и реклама 14. Реклама как элемент культуры 15. Миф в рекламе как социально – психологический феномен 16. Проблема отношения общества к рекламе 17. «Адвертологический» подход к психологии рекламы 18. Понятие Public Relations. Отличие Public Relations от рекламы	*1.09-11.01*	*5*
4	*Тест по дисциплине*	*1.09-11.01*	20
5	*Посещение занятий*		*10*
	Дифференцированный зачёт по дисциплине		***20***
	ИТОГО		**100**

**в соответствии с календарным учебным графиком*
***примерные нормы оценки заданий в баллах на оценку «отлично»*

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля	Сроки проведения*	Макс. кол-во баллов**
1	Рукописный реферат по теме одной из лекций 1. Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью. Психологические основания коммуникативной деятельности в рекламе и связей с общественностью. 2. Общение как психологическое основание деятельности в рекламе и связях с общественностью 3. Психологические категории «Установка» и «интерес» в рекламе и связях с общественностью.	*1.09-11.01*	20

	4. Понимание, ценности и конфликт в рекламе и связях с общественностью. 5. Понятие, социальный феномен и предмет исследования психологии рекламы и связей с общественностью. Реклама и PR как социально-экономические явления		
2	Тестирование и освоение методики **По теме №1: Реклама и связи с общественностью как социально-психологический механизм взаимодействия потребителей и производителей товаров и услуг в современном обществе. Психология рекламы и связей с общественностью как раздел социальной психологии** 1. Анализ коммуникаций в группах и организациях. Опросник К.Томаса 2. Исследование стереотипов **По теме №2: Понятие, социальный феномен и предмет исследования психологии рекламы и связей с общественностью.** 3. Установки, роль общения в их изменении. Ригидность мышления. **По теме №3: «Информационное и нормативное влияние»** 4. Изменение состояний. Самооценка тревожности 5. Двойные стандарты **По теме №4: «Психологические эффекты»** 6. Исследование познавательного контроля при восприятии. 7. Ригидность речи. 8. Эготизм в речи	*1.09-11.01*	25
3	*Доклад по теме:* 1. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности. 2. Потребность в общении и социализация личности. Социализация и индивидуальность. 3. Человек как субъект рекламных коммуникаций. 4. Личность и самореклама. Стратегии поведения человека в условиях саморекламы. Социализация и самопрезентация у детей. Древняя и современная магия как формы самопрезентации человека. Демонстративность как патология личности. 5. Этические проблемы психологических воздействий в рекламе. Психологическое манипулирование потребителем в условиях личных 6. продаж. Концепция социально – этического маркетинга и проблемы психологии развития личности 7. Психографический анализ в маркетинге и рекламе 8. Психология рекламы и комплекс маркетинговых коммуникаций. Типы рекламных коммуникаций в маркетинге 9. Психологические проблемы исследования мотивации потребителя. Психология рекламы и проблема изучения потребностей. «Опредмечивание» потребностей в маркетинге и рекламе. Развитие потребностей в условиях рынка. Имиджи и брэнды как предмет социальных потребностей 10. Пропаганда как вид рекламной деятельности. Цели и задачи пропаганды. Пропаганда в условиях психологических войн 11. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека 12. Влияние психологических стереотипов на восприятие содержания пропаганды. Пропаганда и реклама как элементы системы рекламной деятельности. Политическая реклама и имиджмейкинг 13. Информация и реклама 14. Реклама как элемент культуры 15. Миф в рекламе как социально – психологический феномен 16. Проблема отношения общества к рекламе 17. «Адвертологический» подход к психологии рекламы	*1.09-11.01*	*5*

	18. Понятие Public Relations. Отличие Public Relations от рекламы		
4	*Тест по дисциплине*	*1.09-11.01*	20
	Зачёт по дисциплине		***20***
	ИТОГО		**90**

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оц.ср-в) основной образовательной программы».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом, дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра Психологии

АННОТАЦИЯ

К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.28 Психология рекламы и связей с общественностью»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профили «Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г

Москва – 2018 г.

1.Общая трудоемкость дисциплины: *составляет 3 зачетные единицы.*

2.Семестр освоения дисциплины: *7 семестр на очной, 10 семестр на заочной формах обучения.*

3.Цель освоения дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» - теоретически, практически и личностно подготовить студентов к работе на основе системного изучения фундаментальных психологических теорий о природе и особенностях массовых коммуникаций, технологий массовых коммуникаций, изучения феноменологии и закономерностей общественных и межличностных и межгрупповых отношений, внутригрупповых процессов, освоения психологических основ предвидения и прогнозирования реакций различных групп на происходящие события.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью»:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия

УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.

УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

5.Краткое содержание дисциплины
Очная форма обучения – 7 семестр

Наименование тем и разделов	Семестр	Виды учебной работы, вкл. самостоят-ю работу, обуч-ся в соотв-и с учеб-м пл-м (в академич-х				Форма промеж уточной атт-и *(по семестр ам)*
		Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
Реклама и связи с общественностью как социально-психологический механизм взаимодействия потребителей и производителей товаров и услуг в современном обществе. Психология рекламы и связей с общественностью как раздел социальной психологии						
17. Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью. Психологические основания коммуникативной деятельности в рекламе и связей с общественностью.	7	2		6		

18. Общение как психологическое основание деятельности в рекламе и связях с общественностью	7	2		6		
19. Психологические категории «Установка» и «интерес» в рекламе и связях с общественностью.	7	2		6		
20. Понимание, ценности и конфликт в рекламе и связях с общественностью.	7	2	2	6		
21. Структура связей с общественностью	7		2	6		
Понятие, социальный феномен и предмет исследования психологии рекламы и связей с общественностью						
22. Реклама и PR как социально-экономические явления	7	2	2	6		
23. Состояние проблемы изучения рекламы в психологии.			2	6		
24. Психологические аспекты экономического поведения человека	7		2	6		
25. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности	7		2	6		
26. Особенности психического отражения рекламной продукции	7		2	6		
27. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы	7		2	2		
28. Современные экспериментальные исследования в рекламе	7		2			
Информационное и нормативное влияние. Теории толпы, публики и масс. Психология толпы						
29. Планирование информационного сообщения	7	2	2			
30. Психологические аспекты организации связей с общественностью. Коммуникант, коммуникативные барьеры. Конформизм. Уступчивость как реакция на влияние социальных норм. Сопротивление влиянию и Я - концепция.	7	2				
31. Влияние аудитории на восприятие. Теория конфликта внимания	7	2	2			
Психологические эффекты	7	2	2			**Диф. зачет**
32. Циркулярная реакция и коммуникация. Подражание и заражение	7	2	2			
Итого: 108 часов		20	26	62		

Заочная форма обучения – 10 семестр

Наименование тем и разделов	Семестр	**Виды учебной работы, вкл. самостоят-ю работу, обуч-ся в соотв-и с учеб-м пл-м (в академич-х часах)**	**Форма промеж уточной атт-и**

		Занятия лекционного	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	*(по семестрам)*
Реклама и связи с общественностью как социально-психологический механизм взаимодействия потребителей и производителей товаров и услуг в современном обществе. Психология рекламы и связей с общественностью как раздел социальной психологии						
12. Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью. Психологические основания коммуникативной деятельности в рекламе и связей с общественностью.	10	2		6		
13. Общение как психологическое основание деятельности в рекламе и связях с общественностью	10	2		6		
14. Психологические категории «Установка» и «интерес» в рекламе и связях с общественностью.	10		2	6		
15. Понимание, ценности и конфликт в рекламе и связях с общественностью.	10		2	6		
16. Структура связей с общественностью	10		2	6		
Понятие, социальный феномен и предмет исследования психологии рекламы и связей с общественностью						
17. Реклама и PR как социально-экономические явления	10		2	6		
18. Состояние проблемы изучения рекламы в психологии.	10		2	6		
Психологические аспекты экономического поведения человека	10			6		
Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности	10			6		
Особенности психического отражения рекламной продукции	10			6		
Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы	10			6		
Современные экспериментальные исследования в рекламе	10			6		
Информационное и нормативное влияние. Теории толпы, публики и масс. Психология толпы						
19. Планирование информационного сообщения	10	2		6		
20. Психологические аспекты организации связей с общественностью. Коммуникант, коммуникативные барьеры. Конформизм. Уступчивость как реакция на влияние социальных норм. Сопротивление влиянию и Я - концепция.	10			6		
21. Влияние аудитории на восприятие. Теория	10			6		**Диф.**

конфликта внимания						**зачет**
Психологические эффекты						
22. Циркулярная реакция и коммуникация. Подражание и заражение	10			4		
Итого: 108 часов		4	10	94		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра Экономики и права

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.29 Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль:

Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
экономики и права

Протокол № 26 от «27» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
экономики и права
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
экономики и права
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины(модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
экономики и права
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель: Букаева Ирина Николаевна, к.ю.н., доцент, кафедра экономики и права
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины

1. Целью освоения дисциплины «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы» является овладении студентами правовыми знаниями, связанными со спецификой работы СМИ, правовой защитой информации и интеллектуальной собственности, а также выработке позитивного отношения, как к правовым, так и этическим нормам и кодексам поведения профессионалов в области связей с общественностью.

Главной задачей дисциплины является формирование у бакалавров научного представления о СМИ как области общественных отношений, что является неотъемлемым элементом профессиональной подготовки современного менеджера.

Другими задачами являются:

- познакомить студентов с основными нормативными актами в сфере СМИ, дать целостное представление о содержании и особенностях текущего законодательства о СМИ;
- ознакомить студентов с правовыми аспектами деятельности редакций СМИ;
- изучить порядок распространения продукции СМИ;
- сформировать представление о проблемах, возникающих при соотношении законодательства о СМИ с другими отраслями законодательства, регулирующими отдельные аспекты деятельности СМИ;
- выработать у студентов навыки практического применения полученных знаний;
- развитие творческого инновационного подхода к деятельности СМИ.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы» является дисциплиной вариативной части (Б1. О.29) образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), реализуемый по направлению подготовки бакалавров 42.03.01. Реклама и связи с общественностью.

Содержание дисциплины логически взаимосвязано с другими частями ООП. Дисциплина «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы» должна сформировать общее представление об организации PR-деятельности, которое при изучении целого ряды дисциплин, таких как «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «PR-тексты», «Основы имиджелогии», «Теория и практика связей с общественностью», «Пресс-служба в государственных и общественных структурах», «Организация и проведение PR-кампаний», «Медиарилейшнз и медиапланирование», будет расширяться и трансформироваться в систему общей профессиональной подготовки специалиста.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студентов:

студент должен:

УК-2- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать: Понимает значения гуманистических ценностей для с о хранения и развития современной цивилизации

Уметь: проанализировать содержание рекламных и PR-публикаций на предмет нарушения правовых норм в сфере информационного права

Владеть: знаниями о значении гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации

ОПК-5-Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Знать: тематическое содержание публикаций с различными сферами жизни общества (экономика, политика, право, культура, экология, наука, образование, здравоохранение), которые являются объектом освещения в средствах массовых коммуникаций

Уметь: соблюдать принципы свободы, социальной ответственности и информационной безопасности в своей профессиональной деятельности

Владеть: опытом применения полученных базовых знаний в сфере информационного права

ОПК-7- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Знать: как использовать профессиональные права на практике, способен исполнять профессиональные обязанности

Уметь: придерживаться основных требований правовых норм, регулирующих функционирование рекламы и СО в России

Владеть: основами понимания сущности и значения информации в развитии современного информационного общества, осознает опасность и угрозы, возникающие в этом процессе

В дальнейшем знания, умения и навыки студентов, сформированные в процессе изучения трудового права, используются при выполнении учебно-исследовательских аналитических работ, курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Процесс изучения дисциплины «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы» направлен на формирование следующих компетенций:

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: основные источники медиаправа, базовые принципы регулирования СМИ в России, правовые основы редакционной деятельности, понимать объём прав и обязанностей субъектов массово-информационных отношений, знать основы авторского права и общие требования к содержанию рекламы в СМИ.	*1*		*2*
	Уметь**:** применять источники медиаправа в своей профессиональной деятельности, осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормами права, владеть правовой культурой, использовать и защищать профессиональные права в интересах обеспечения граждан необходимой информацией и успешной бесперебойной работы организации СМИ.	*1*		*2*
	Владеть: навыками чтения и анализа основных источников медиаправа, судебных решений, получить опыт идентификации типичных нарушений, которые возникают в ходе профессиональной деятельности журналиста;	*1*		*2*
ОПК-5-Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития	Знать: Понимает значения гуманистических ценностей для с о хранения и развития современной цивилизации			

медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Уметь: проанализировать содержание рекламных и PR-публикаций на предмет нарушения правовых норм в сфере информационного права			
	Владеть: знаниями о значении гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации			
ОПК-7- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Знать: как использовать профессиональные права на практике, способен исполнять профессиональные обязанности			
	Уметь: придерживаться основных требований правовых норм, регулирующих функционирование рекламы и СО в России			
	Владеть: основами понимания сущности и значения информации в развитии современного информационного общества, осознает опасность и угрозы, возникающие в этом процессе			

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 **академических часа**.

__*очная*_____ форма обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Предмет, содержание курса. Система законодательства о средствах массовой информации	**2**	4	6	16		
2	Тема 2. Правовое содержание свободы массовой информации	2	4	6	16		
3	Тема 3. Средства массовой	2	4	6	16		

	информации как объект правового регулирования						
4	Тема 4. Система правоотношений по выпуску СМИ.	2	6	6	16		
							Зачёт
Итого часов:			18	26	64		**108**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часа**.
__*заочная*_____ форма обучения

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Тема 1. Предмет, содержание курса. Система законодательства о средствах массовой информации	**3**	1	1	25		
2	Тема 2. Правовое содержание свободы массовой информации	3	-	1	25		
3	Тема 3. Средства массовой информации как объект правового регулирования	3	-	1	25		
4	Тема 4. Система правоотношений по выпуску СМИ.	3	1	1	27		
							Зачёт
Итого часов:			2	4	102		**108**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины.

Текущий контроль и оценка результатов обучения осуществляется в ходе выполнения практических заданий, внеаудиторной самостоятельной работы, решения ситуационных (практических) задач и написание эссе и рефератов.

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Промежуточный контроль и оценка результатов обучения по дисциплине «Охрана труда и техника безопасности» осуществляется путем ответа на контрольные вопросы и решения итогового тестового задания на зачете.

Вопросы к зачету:

1. Источники права в сфере рекламных правоотношений.
2. Международные источники права: Международный кодекс рекламной практики, Конвенция о трансграничном вещании.
3. ФЗ «О рекламе»: сфера применения, основные понятия, общие требования.
4. Государственный контроль в сфере рекламы: органы, контролирующие соблюдение законодательства о рекламе, компетенция, функции.
5. Реклама: понятие, признаки, формы и виды. Способы распространения.
6. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама алкогольной продукции.
7. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.
8. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг; реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания.
9. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама продукции военного назначения и оружия; реклама основанных на риске игр, пари.
10. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама финансовых услуг.
11. Реклама отдельных видов товаров и видов деятельности: реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением; реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.
12. Общие требования к рекламе.
13. Специальные требования к рекламе.
14. Защита несовершеннолетних в рекламе.
15. Товары, реклама, которых не допускается.
16. Отдельные способы распространения рекламы: в телепрограммах и телепередачах.
17. Отдельные способы распространения рекламы: в радиопрограммах и радиопередачах.
18. Отдельные способы распространения рекламы: реклама в периодических печатных изданиях; реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании; реклама, распространяемая по сетям электросвязи.
19. Отдельные способы распространения рекламы: наружная реклама и установка рекламных конструкций.
20. Отдельные способы распространения рекламы: реклама на транспортных средствах и с их использованием.
21. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе: административная, гражданско-правовая.
22. Спонсорская реклама и особенности ее распространения.
23. Социальная реклама и особенности ее распространения.
24. Саморегулируемые организации в сфере рекламы: понятие и права саморегулируемой организации (приведите примеры саморегулируемых организаций в сфере рекламы).
25. Общая характеристика правового регулирования рекламы в зарубежных странах
26. Правовое регулирование рекламы в США.
27. Правовое регулирование рекламы в европейских странах.
28. Регулирование политической рекламы.
29. Источники права о средствах массовой информации: характеристика, основные положения. Иерархия источников права.
30. Содержание свободы массовой информации: основные правомочия, не подлежащие иным ограничениям, кроме предусмотренных законодательством РФ о СМИ.

31. Права редакции и журналиста.
32. Обязанности редакции и журналиста.
33. Понятие предвыборной агитации и информирование избирателей.
34. Право на предвыборную агитацию и сроки её проведения.
35. Условия проведения предвыборной агитации в СМИ.
36. Правовые режимы информации.
37. Внесудебный путь защиты чести, достоинства и деловой репутации.
38. Судебный путь защиты чести, достоинства и деловой репутации.
39. Объекты и субъекты авторского права; срок действия авторского права.
40. Неимущественные права, входящие в структуру авторского права.
41. Исключительное право в структуре авторского права.
42. Произведения, не охраняемые авторским правом.
43. Использование произведения без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения.
44. Служебные произведения и особенности их функционирования.
45. Авторское право в рекламе.
46. Связи с общественностью и федеральный закон «О СМИ».
47. Связи с общественностью и федеральный закон «О рекламе».
48. Проблемы правового регулирования в условиях конвергенции слияния возможностей вещания, телекоммуникаций и информационнокомпьютерной технологии.
49. Правовое регулирование права на неприкосновенность частной жизни: источники права, основные понятия.
50. Правовое регулирование права на неприкосновенность частной жизни: гарантии государства на защиту права, ответственность за нарушение права на неприкосновенность частной жизни.
51. Право на изображение. Согласие на распространение сведений.
52. Запрос на получение информации. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

А) Основная литература:

1. Арзуманян, А.Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учеб. пособие / Южный федер. ун-т; А.Б. Арзуманян .— Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2021 .— 118 с. https://lib.rucont.ru/efd/787766/info
2. Осадчий, А. Российская специфика Паблик Рилейшнз / А.Осадчий // Маркетинг.-2003.-№6.-С.57-65.
3. Блинкина-Мельник М. М. Рекламный текст. Задачник для копи-райтеров. О. Г. И., 2003.
4. Виноградов, В.Г. Эффективный PR-отдел в компании. Управление, кадры, реальный результат / В.Г.Виноградов // Управление персоналом.-2004.-№4.-С.17-18.
5. Кривоносов А. Д. Теория и практика связей с общественностью: Практикум. СПб., 2002.
6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 334 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453930

б) Дополнительная литература:

1. Алешина, И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров/ И.В. Алешина. - М.: ИКФ "ЭКМОС", 2004.

2. Авдиенко Д., Чазов А. Политическая коммуникация как актуализация ценностей. / Выборы - 2000: комплексный подход к проблеме маркетинга политического лидера. Под ред. О.Поповой - Санкт-Петербург, 2000, -С.114-115.
3. Борисов, Б.Л.Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие/ Б.Л.Борисов. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001.
4. Березкина О.П. Как стать депутатом или продать себя на политическом рынке: Тайны ремеслы. Практические рекомендации. Тренинг. - СПб.: Издательство Буковского, 1997.
5. Браун Л. Имидж-путь к успеху: Пер. с англ. - СПб.: Питер-пресс, 1996.
6. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. Часть 1. Спб., Издательство ТОО «ТРИЗ-ШАНС». 1995.
7. Викентьев, И.Л. Неизбежность public relations: [Глава из книги "Приемы рекламы и public relations. Программы-консультанты: 400 примеров, 22 учебных задач, 20 практических приложений"] / И.Л.Викентьев // Управление персоналом.-2002.-№12.- С.22-26.
8. Вингурт, А. Основы журналистики для PR-специалиста/ А.Вингурт //Советник. - 2003. - №1. - С. 20-26
9. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности. М., 2003.
10. Ежемесячник «Советник». №№ 1-12, 1996 – 2005 годы. Москва, Издание Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО).
11. Егорова-Гантман Е., Плешаков К. Политическая реклама. М., 1999.
12. Гермогенова Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. -М.: "РусПартнерЛтд", 1994.
13. Гринберг Т.Э. Политическая реклама: портрет лидера. - М.: РИП-Холдинг, 1998.
14. Гречко, С. Менеджмент PR как профессия: цели, предмет, ПВК: [Личные качества PR-специалиста] / С.Гречко // Советник.-2004.-№2.-С.52-54.
15. Калиберда, Е.Г. Связи с общественностью: вводный курс: Учеб. пособие/ Е.Г.Калиберда. - М.: Логос, 2003.
16. Крылов И.В. Теория и практика рекламы в России. - М.: Центр, 1996.
17. Кузин Ф.А. Имидж бизнесмена. - М., 1996.
18. Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. Концепции. Практика. - М.: Издательство Московского университета, 1996.
19. Лебедева Т.Ю. Путь к власти. Франция: выборы президента. - М.: Издательство Московского университета, 1995.
20. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. Часть I. Эффективные рекламные технологии. Паблик рилейшнз. Промоушн. Маркетинг. - М.: Евразийский регион, 1998.
21. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. Часть II. Политическая реклама. Молитический маркетинг. Управление рекламной кампанией. - М.: Евразийский регион, 1998.
22. Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг / А.С.Ольшевский .-СПб.: Питер, 2003
23. Паблик рилейшнз для профессионалов/ Г.Г. Почепцов. - 2-е изд., испр.. - М.,2001.
24. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М., 2001.
25. PR сегодня: новые подходы» исследования, международная практика. М., 2002.
26. Реклама и связи с общественностью. Ученое пособие. СПб., 2004.
27. Стровский Д.Д. Паблик рилейшнз в конфликтных и экстремальных ситуациях. Учебное пособие. - Екатеринбург, 1996
28. Синяев, В. Стратегии PR в системе антикризисного управления организации / В.Синяев // Маркетинг.-2003.-№2.-С.86-93
29. Сэм Блэк. PR: Международная практика. Издательский Дом «Довгань». Ассоциация по связям с общественностью.Москва. 1997.
30. Репьев А.Л. Мудрый рекламодатель. — М.: ЭКСМО, 2005.

31. Тихомирова, Е.Б. Лоббизм как специфическая форма коммуникаций с общественностью / Е.Б.Тихомирова // Вестн. Моск. ун-та. Сер.18. Социология и политология.-2002.-№3.-С.113-127.
32. Чумиков, А.Н. PR-кампания в Интернете: [Глава из книги] / А.Чумиков, М.Бочаров // Советник.-2002.-№11.-С46-48; 2003.-№3.-С.50-53.
33. Федотова Л.Н. Реклама в опросах общественного мнения. - М.: ВЦИОМ, 1994.
34. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - Культура и спорт, 1994.
35. Шпигель Джил. Флирт - путь к успеху: Пер. с англ. - СПб.: Питер-пресс, 1995.
36. Шутов, А. PRофессия и PRизвание: О новой концепции PR-образования в России / А.Шутов; Беседу с проф. МГУ им. М.В.Ломоносова вела М.Мироненко // Советник.-2002.-№9.-С.14-16.
37. Энтони Джей. Эффективная презентация: Пер. с англ. - Минск, 1996.
38. Юрко, В. PR-менеджмент в российском бизнесе / В.Юрко, А.Миронова, Я.Аршинова и др. // Управление персоналом. -2004.-№4.-С.19-21.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» http://www/consultant-plus.ru/urist/ http://lawconst.ru/urist.php
2. Сервер посвящён широкому спектру правовой информации по всем отраслям права. Система ГАРАНТ www.garant.ru
3. На сайте содержатся последние новости российского законодательства. http://republic.cap.ru/2006 42/102.HTM
4. На сайте содержится информационный блок «Большая библиотека юриста». www.pravovest.ru – Москва garantmoscow.ru – Москва
5. На сайте представлена информационная система ПРАВОВЕСТ.

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы» для обучающихся Гуманитарного института направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Спортивная реклама и PR » 1 курса очной формы обучения и 2 курса заочной формы обучения.

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Экономики и права.
Сроки изучения дисциплины: 2 семестр (очная форма) и 3 семестр (заочная форма).
Форма промежуточной аттестации: *зачет*.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Тест №1 по теме 1 «*Предмет, содержание курса. Система законодательства о средствах массовой информации*»*	*6*	*35*
2	*Тест №2 по теме 2 «*Правовое содержание свободы массовой информации**»**	*13*	*35*
3	*Тест №3 по теме 3 «*. Средства массовой информации как объект правового регулирования*»*	*В течение семестра*	*10*
4	*Тест №4 по теме 4 «*. Система правоотношений по выпуску СМИ.*»*		
	Посещение занятий		
	зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выполнение практического занятия №1 по теме 1 «*Предмет, содержание курса. Система законодательства о средствах массовой информации *»*	*15*
2	*Выполнение практического задания по теме № 2 «*Правовое содержание свободы массовой информации *»*	*15*
3	*Выполнение практического занятия №3 по теме 3 «*Средства массовой информации как объект правового регулирования»	*10*
4	*Выполнение практического занятия №4 по теме 4 «.*Система правоотношений по выпуску СМИ..*»*	
	Собеседование по темам, пропущенным студентом «…»	
5	*Тестирование по разделам*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия, оцениваются при помощи следующих оценочных средств:

- *Собеседование* (Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п)
- *Выполнение практических заданий* (выполнение разноуровневых задач и заданий - Различают задачи и задания: репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения).
- *Выполнение тестовых заданий.*

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся дифференцированным зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра Экономики и права

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.О.29 Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль:

Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

2. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет *3* зачетных единиц.

3. **Семестр освоения дисциплины (модуля):** *2 семестр (очное) и 3 семестр (заочное).*

4. **Целью освоения дисциплины** «Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламы» является овладении студентами правовыми знаниями, связанными со спецификой работы СМИ, правовой защитой информации и интеллектуальной собственности, а также выработке позитивного отношения, как к правовым, так и этическим нормам и кодексам поведения профессионалов в области связей с общественностью.

Главной задачей дисциплины является формирование у бакалавров научного представления о СМИ как области общественных отношений, что является неотъемлемым элементом профессиональной подготовки современного менеджера.

Другими задачами являются:

- познакомить студентов с основными нормативными актами в сфере СМИ, дать целостное представление о содержании и особенностях текущего законодательства о СМИ;
- ознакомить студентов с правовыми аспектами деятельности редакций СМИ;
- изучить порядок распространения продукции СМИ;
- сформировать представление о проблемах, возникающих при соотношении законодательства о СМИ с другими отраслями законодательства, регулирующими отдельные аспекты деятельности СМИ;
- выработать у студентов навыки практического применения полученных знаний;
- развитие творческого инновационного подхода к деятельности СМИ.

Дисциплина реализуется на русском языке.

1. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:**
   В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

УК-2- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать: Понимает значения гуманистических ценностей для с о хранения и развития современной цивилизации

Уметь: проанализировать содержание рекламных и PR-публикаций на предмет нарушения правовых норм в сфере информационного права

Владеть: знаниями о значении гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации

ОПК-5-Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Знать: тематическое содержание публикаций с различными сферами жизни общества (экономика, политика, право, культура, экология, наука, образование, здравоохранение), которые являются объектом освещения в средствах массовых коммуникаций

Уметь: соблюдать принципы свободы, социальной ответственности и информационной безопасности в своей профессиональной деятельности

Владеть: опытом применения полученных базовых знаний в сфере информационного права

ОПК-7- Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Знать: как использовать профессиональные права на практике, способен исполнять профессиональные обязанности

Уметь: придерживаться основных требований правовых норм, регулирующих функционирование рекламы и СО в России

Владеть: основами понимания сущности и значения информации в развитии современного информационного общества, осознает опасность и угрозы, возникающие в этом процессе

1. **Краткое содержание дисциплины:**

По очной форме:

№	**Раздел дисциплины**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Тема 1. Предмет, содержание курса. Система законодательства о средствах массовой информации	**2**	4	6	16		
2	Тема 2. Правовое содержание свободы массовой информации	2	4	6	16		
3	Тема 3. Средства массовой информации как объект правового регулирования	2	4	6	16		
4	Тема 4. Система правоотношений по выпуску СМИ.	2	6	6	16		
							Зачёт
Итого часов:			18	26	64		**108**

По заочной форме обучения

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Предмет, содержание курса. Система законодательства о средствах массовой информации	**3**	4	6	16		
2	Тема 2. Правовое содержание свободы массовой информации	3	4	6	16		
3	Тема 3. Средства массовой информации как объект правового регулирования	3	4	6	16		
4	Тема 4. Система правоотношений по выпуску СМИ.	3	6	6	16		
							Зачёт
Итого часов:			18	26	64		**108**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра философии и социологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.30 Социология рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR
Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № _1_ от «26» _сентября_____2018_ г.

Составители:
Исмаилов Асомиддин Исмаилович – кандидат педагогических наук, профессор кафедры философии и социологии РГУФКСМиТ.

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Социология рекламы и связей с общественностью» является использовать социологические данные о практике осуществления рекламной деятельности в настоящее время, результаты опросов общественного мнения по проблематике рекламы, владеть навыками социологического анализа, выступать в качестве заказчика социологических исследований, необходимых любой организации, занимающейся продвижением к потребителю товара, услуги, идеи, уметь анализировать количественные данные, полученные в таких исследованиях.

Дисциплина «Социология рекламы и связей с общественностью»реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Программа дисциплины «Социология рекламы и связей с общественностью» Б1.О.30 относится к базовой части обязательных дисциплин Б.1 и опирается на уже имеющиеся знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как «Философия», «Социальная антропология», «Социальная психология», «Педагогика».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-1	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации. УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать	*6*		*7*

	разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений. УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
ОПК-4	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности. ОПК-4.3. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	*6*		*7*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Генезис и эволюция рекламных коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции рекламы	**6**	**6**	**8**	**16**		
2	Институциональные аспекты рекламы и связи с общественностью	**6**	**5**	**8**	**16**		

3	Механизмы осуществления рекламной коммуникации в жизни социума	**6**	**5**	**8**	**16**		
4	Связи с общественностью, деятельность СМК и социальная реклама	**6**	**5**	**8**	**16**		
5	Влияние рекламы на общественные сферы	**6**	**5**	**8**	**16**		
Итого часов: 144			**24**	**40**	**80**		**Зачет с оценкой**

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации** ***(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского типа**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Генезис и эволюция рекламных коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции рекламы	**6**	**1**	**2**	**25**		
2	Институциональные аспекты рекламы и связи с общественностью	**6**	**1**	**2**	**25**		
3	Механизмы осуществления рекламной коммуникации в жизни социума	**6**	**1**	**2**	**25**		
4	Связи с общественностью, деятельность СМК и социальная реклама	**6**	**0,5**	**1**	**25**		
5	Влияние рекламы на общественные сферы	**6**	**0,5**	**1**	**32**		
Итого часов: 144			**4**	**8**	**132**		**Зачет с**

					оценкой

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Предпосылки возникновения социологии как специфической отрасли научного знания.
2. История становления и развития социологии рекламы и связи с общественности.
3. Специфика определения объекта социологии рекламы и связи с общественности.
4. Предметная область социологии рекламы и связи с общественности.
5. Структура социологии рекламы и связи с общественности.
6. Основные задачи социологии рекламы и связи с общественности.
7. Соотношение понятий «общество», «социальная система» и «социальная структура».
8. Понятие «социальный институт» и процесс институализации рекламы и связи с общественности.
9. Основные функции рекламы.
10. Классификация видов рекламы.
11. История возникновения и развития рекламы в России и за рубежом.
12. Роль и задачи рекламы в современных условиях. Развитие рынка рекламных услуг в России.
13. Законодательные основы рекламной деятельности.
14. Реклама и ценностные ориентации общества: проблема инновационных изменений.
15. Социальная реклама: место в механизмах саморегуляции общества.
16. Связи с общественностью и деятельность СМК.
17. Реклама в обществе: способы регуляции.
18. Организация и управление рекламной деятельностью. Постановка целей рекламы.
19. Медиапланирование. Разработка рекламного бюджета. Наименее затратные каналы распространения рекламы.
20. Структура, форма и стиль рекламного сообщения. Формирование рекламного сообщения.
21. Коммуникационный механизм в рекламном процессе: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель.
22. Реклама в СМК: Телевизионная реклама. Радиореклама. Печатная реклама. Реклама в сети Интернет.
23. Разновидности каналов распространения рекламы. Наружная реклама. Сувенирная реклама.
24. Эффекты рекламы. Эффективность рекламной деятельности.
25. Массовая коммуникация в ее отличии от межличностной и специальной.

26. Социальные функции массовой коммуникации.
27. Зависимость реальных функций СМК от исторической очередности возникновения различных коммуникативных систем.
28. Развитие индустрии информации как предпосылка появления социологии коммуникаций.
29. СМК и другие источники информирования населения: место вещной среды.
30. Связи с общественностью и СМК: взаимные и ведомственные интересы.
31. Выработка креативной стратегии рекламной кампании.
32. Конкретное социологическое исследование и его виды.
33. Программа социологического исследования и ее функции.
34. Элементы программы исследования.
35. Объект и предмет социологического исследования.
36. Цель, задачи и гипотезы исследования.
37. Генеральная и выборочная совокупности исследуемых объектов.
38. Понятие «репрезентативность».
39. Основные методы сбора социологической информации.
40. Метод опроса и его основные виды.
41. Основные элементы структуры анкеты и их функции.
42. Классификация вопросов в анкете.
43. Метод наблюдения и классификация его видов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

А) Основная литература

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с https://urait.ru/book/sociologiya-i-psihologiya-reklamy-v-2-t-tom-1-517302

2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. https://urait.ru/book/sociologiya-i-psihologiya-reklamy-v-2-t-tom-2-517305

3. Федотова Л.Н. Социология рекламы. М.: Добросвет, 2017.

4. Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: Учебник. - М.: Дашков и К°, 2007.

Б) Дополнительная литература

1. Евстафьев В.А., Ясонов В.Н. Введение в медиапланирование: Уч.пос. М.:РИП-Холдинг,1998.

2. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность: Учебник. М., 2000.

3. Социология и пресса в период парламентских и президентских выборов 1995 и 1996 годов: Сб. Фонда гласности. М., 1996.
4. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. СПб.: Питер, 2000.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные PR-коммуникации. - М.: РИП-холдинг, 2004.

В) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://www.isras.ru/socis.html Журнал «Социологические исследования»
2. http://ecsocman.hse.ru/ Федеральный образовательный портал ЭСМ: экономика, социология, менеджмент
3. http://www.actualresearch.ru/index.html Электронное научное издание «Актуальные инновационные исследования: наука и практика»

Г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «**Социология рекламы и связей с общественностью**» *для обучающихся* ***для обучающихся*** **Гуманитарного института** ***3-4 курса, направления подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью*****, направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR» очной и заочной** ***формы (м) обучения*** _____

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: философии и социологии
Сроки изучения дисциплины (модуля): 6, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации: *зачет с оценкой*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Презентация по теме «Институциональные аспекты рекламы и связи с общественностью»	*2-4*	*5*
2	Презентация по теме «Связи с общественностью, деятельность СМК и социальная реклама»	*5-7*	*5*
3	Тестирование по теме: «Связи с общественностью, деятельность СМК и социальная реклама»	*8*	*10*
4	Презентация по теме «Влияние рекламы на общественные сферы»	*9-11*	*5*
5	Тестирование по теме «Влияние рекламы на общественные сферы»	*12*	*10*
6	Разработка программы СИ Разработка анкеты	*13-18*	*20*
	Написание реферата (тема согласуется с преподавателем)	*4-17*	*10*
7	Посещение занятий	*В течение семестра*	*10*
	Экзамен		***25***
	ИТОГО		**100 баллов**

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Написание реферата по теме, согласованной с преподавателем*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплинам, завершающимся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра философии и социологии

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.30 Социология рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR
Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет *4* зачетные единицы.

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):** *[6], [7].*

3. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Социология рекламы и связей с общественностью» является использовать социологические данные о практике осуществления рекламной деятельности в настоящее время, результаты опросов общественного мнения по проблематике рекламы, владеть навыками социологического анализа, выступать в качестве заказчика социологических исследований, необходимых любой организации, занимающейся продвижением к потребителю товара, услуги, идеи, уметь анализировать количественные данные, полученные в таких исследованиях.

Дисциплина «Социология рекламы и связей с общественностью»реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**
	наименование
1	**3**
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)
Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия [illegible]	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Генезис и эволюция рекламных коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции рекламы	**6**	**6**	**8**	**16**		
2	Институциональные аспекты рекламы и связи с общественностью	**6**	**5**	**8**	**16**		
3	Механизмы осуществления рекламной коммуникации в жизни социума	**6**	**5**	**8**	**16**		
4	Связи с общественностью, деятельность СМК и социальная реклама	**6**	**5**	**8**	**16**		
5	Влияние рекламы на общественные сферы	**6**	**5**	**8**	**16**		
Итого часов: 144			**24**	**40**	**80**		**Зачет с оценкой**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия [illegible]	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Генезис и эволюция рекламных коммуникаций в обществе. Понятие, сущность, задачи и функции рекламы	**6**	**1**	**2**	**25**		
2	Институциональные аспекты рекламы и связи с общественностью	**6**	**1**	**2**	**25**		
3	Механизмы осуществления рекламной коммуникации в жизни социума	**6**	**1**	**2**	**25**		
4	Связи с общественностью, деятельность СМК и социальная реклама	**6**	**0,5**	**1**	**25**		
5	Влияние рекламы на общественные сферы	**6**	**0,5**	**1**	**32**		
Итого часов: 144			**4**	**8**	**132**		**Зачет с оценкой**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.31 Теория и практика медиакоммуникаций»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от « 26 » сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_ рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 29 от «05»июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составители:

Шапинская Екатерина Николаевна, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент: Кошелева Анна Владимировна, доктор культурологии, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ»

_____

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. **Цель освоения дисциплины (модуля) «Б1.О.31 Теория и практика медиакоммуникаций»** - освоение основных направлений специализации в области коммуникации, изучение видов деятельности в коммуникационной сфере и возможностей их применения в практической деятельности

1. **Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)**

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR». Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 (Б1.О).

Данная дисциплина определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование у обучающихся целостных представлений об основных направлениях специализации в области коммуникации.

Дисциплина **«Б1.О.31 Теория и практика медиакоммуникаций»** органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла, а также профессионального цикла: «Социологические исследования в современных коммуникациях», «Реклама и связи с общественностью в контексте межкультурных коммуникаций».

2. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**	**____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)[1]**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-3	Способен осуществлять социальное	1	1	

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			
УК-3.1.	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	1	1	
УК 3.2.	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе	1	1	
УК-3.3.	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	1	1	
ОПК-2	. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1	1	
ОПК-2.1	Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов	1	1	
ОПК-2.2	Выявляет причинно- следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	1	1	
ОПК-2.3	Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	1	1	
ОПК-5.	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1	1	
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника-ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	1	1	
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	1	1	
. ОПК-5.3	. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	1	1	

3. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа для очного отделения, 3 зачетные единицы, 108 для заочного отделения.

Краткое содержание дисциплины (модуля):

__очная__ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Виды и формы медиакоммуникаций	**3**	**4**	**10**	**20**		**Зачет**
2	ПР как коммуникативная дисциплина	**3**	**6**	**12**	**20**		**Зачет**
3	Реклама как часть коммуникационного процесса	**4**	**4**	**10**	**10**	**4**	**Экзамен**
4	Роль пресс-службы в процессе коммуникации	**4**	**6**	**12**	**21**	**5**	**Экзамен**
Итого часов:144			**20**	**44**	**71**	**9**	

__заочная__ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Виды и формы медиакоммуникаций	**6**	**2**	**4**	**22**	**10**	**ЗАЧЕТ**

2	ПР как коммуникативная дисциплина	**6**	**2**	**2**	**20**	**16**	
3	Реклама как часть коммуникационного процесса	**7**	**2**	**2**	**40**		
4	Роль пресс-службы в процессе коммуникации	**7**	**2**	**4**	**49**	**9**	**Экзамен**
Итого часов:			**8**	**12**	**115**	**9**	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Вопросы к зачету по курсу

1. Современные теории коммуникации.
2. Коммуникативные барьеры.
3. Семиотический анализ коммуникации.
4. Речевое общение как средство коммуникации.
5. Обратная связь в процессе коммуникации.
7. Воздействие речевой и письменной информации.
8. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации.
9. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.
10. Роль масс медиа в современной культуре и обществе.
11. Изучение аудитории и его роль для понимания влияния масс медиа на общественное мнение.
12. Процессы глобализации и межкультурные коммуникации.
13. Культурные барьеры коммуникации.

14. Формы речевой коммуникации.
15. Невербальная коммуникация в культуре и обществе.
16. «Лингвистический поворот» в теории коммуникации.
17. Межличностная коммуникация в спортивном сообществе.
18. Различные модели коммуникационного процесса.
19. Роль коммуникатора в ПР-кампаниях.
20. Массовая коммуникация в современном мире.
21. Спортивные передачи в структуре СМК.
22. Межкультурные коммуникации в глобализирующемся мире.
23. Формы межкультурной коммуникации.
24. Роль межкультурных различий в спортивных событиях.
25. ПР в системе массовых коммуникаций.
26. Коммуникативные аспекты рекламы.

Вопросы к экзамену по курсу .

1.Законы и категории теории коммуникации.

2. Методы теории коммуникации

3. Основные этапы развития теории коммуникации.

4. Современные концепции коммуникации.

5. Теории массовой коммуникации.

6. Структурные модели коммуникации.

7. Основные модели коммуникативного процесса.

8. Вербальная коммуникация.

9. Место естественного языка среди других знаковых систем.

10. Формы речевой коммуникации.

11. Невербальная коммуникация. Мимика и взгляд. Жесты.

12. Межличностная комуникация. Чувства и эмоции как коммуникативные действия.

13. Структура и динамика коммуникации в малой группе.

14. Структура и функции массовой коммуникации.

15. Массовая коммуникация и культура.

16. Виды масс медиа.

17. Межкультурная коммуникация.

18. Формы межкультурной коммуникации. Типы восприятия межкультурных различий.

19. Семиотический анализ коммуникации.

20. Речевое общение как средство коммуникации.

21. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.

22. Роль масс медиа в современной культуре и обществе.

23. Роль СМИ в постиндустриальном обществе.

24. Процессы глобализации и межкультурные коммуникации.

25. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации

26. Значение исследования аудитории для понимания роли масс медиа в обществе.

27. Новости в масс медиа и их роль в формировании общественного мнения.

28. Критические традиции в изучении СМК.

29. Новые тенденции в развитии СМК в эпоху глобализации.

30. Интернет как коммуникационное пространство.

Темы докладов и презентаций.

1. Особенности коммуникации у человека и животных.
2. Кодирование и декодирование в процессе коммуникации.
3. Культурные барьеры коммуникации.
4. Драматургический подход в теории коммуникации.
5. Формы речевой коммуникации.
6. Невербальная коммуникация в культуре и обществе.
7. «Лингвистический поворот» в теории коммуникации.
8. Язык жестов как вид коммуникации.
9. Межличностная коммуникация в спортивном сообществе.
10. Различные модели коммуникационного процесса.
11. Роль коммуникатора в ПР-кампаниях.

12. Массовая коммуникация в современном мире.

13. Массовое общество и массовые коммуникации.

14. Интернет как коммуникативное пространство.

15. Особенности аудитории спортивных передач.

16. Спортивные передачи в структуре СМК.

17. Межкультурные коммуникации в глобализирующемся мире.

18. Формы межкультурной коммуникации.

19. Роль межкультурных различий в спортивных событиях.

20. ПР в системе массовых коммуникаций.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Спорт в системе социальных коммуникаций: учеб. пособие для студентов вузов физической культуры. – М., 2015.

2. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации: учеб пособие. – М.: Аспект пресс, 2013

3. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2014.

4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-i-mediakommunikacii-520599

б) Дополнительная литература:

1. Назайкин А. Современное медиапланирование: учебное пособие. – М.: СОЛОН-Пресс, 2016 – 447 с.

2. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник. – М.: Дашков и К, 2015

3. Гавра Д.П. основы теории коммуникации. – М.: ЮРАЙТ, 2017.

4. Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. Социальные коммуникации. Психология общения. Учебник и практикум. – М.: ЮРАЙТ, 2016

5. Шарков Ф.И. Коммуникология : Основы теории коммуникации : учеб. для бакалавров рекламы и связей с общественностью. - М.: Дашков и К, 2009.

6. Викулова Л.Г.. Шарунов А.И. Основы теории коммуникации. Пратикум.- М., 2008

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Основы теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://prinfo.ru/modules/Articles/article.php?storyid=68
2. Моисеева А.П. Основы теории коммуникации . [Эл. ресурс] URL http://ctl.tpu.ru/files/teorcommup.
3. Предмет и объект теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://studme.org/14670715/menedzhment/predmet_obekt_teorii_kommunikatsii
4. Видеолекция Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Базовый аспект. Основы теории коммуникации. [Эл. ресурс] URL http://www.distanz.ru/videoLecture/3403/

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

***по дисциплине (модулю)* «Б1.О.31 Теория и практика медиакоммуникаций»**
для обучающихся Гуманитарного института, 2 курса,
направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
по направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR»,
очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3, 4 семестр для очного, 6, 7 семестр для заочного отделения

Форма промежуточной аттестации: *зачёт, экзамен.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Устное выступление с докладом и/или подготовка презентации по разделам 1-2.	1-я – 3я неделя семинарских занятий	**10**
2	Письменная контрольная работа по разделу 2	4-я неделя семинарских занятий	**20**
5	Письменная контрольная (самостоятельная) работа по разделу 3.	8-я неделя семинарских занятий	**10**
6	Устное выступление с докладом и/или подготовка презентации по разделам 4.	9-я- 10-я неделя семинарских занятий	**10**
7	Защита реферата	11-я неделя семинарских занятий	**19**
8	Посещение семинарских занятий	в течение семестра	**11** *(по 1 баллу за 2 академических часа)*

[2] В графу вносится информация, если дисциплина (модуль) реализуется посредством очной формы обучения. При формировании таблицы для заочной формы обучения данная графа может не заполняться.

9	**Зачёт**	согласно расписанию	**20**
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	Подготовка презентации	7
2	Письменная контрольная работа	10
3	Тест	10
4	Устный опрос	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом, дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Если дисциплина (модуль) изучается в течение всего учебного года без наличия в период промежуточной аттестации зачёта/дифференцированного зачета/экзамена в конце семестра, то в информационной справке может приводится одна таблица на весь учебный год. Количество баллов за весь учебный год составляет 100 баллов. В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Если дисциплина (модуль) проходит в течение всего учебного года с промежуточной аттестацией в каждом семестре, то в информационной справке приводятся отдельно две таблицы с видами текущего контроля успеваемости (отдельно на каждый семестр). Количество баллов за каждый семестр составляет 100 баллов.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Б1.О.31 Теория и практика медиакоммуникаций»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 4 зачетных единиц для дневного, 3 з.е. для заочного отделения

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля): 3-4** семестр для дневного отделения, 6-7 семестр для заочного.

3. **Цель освоения дисциплины (модуля):** освоение основных направлений специализации в области коммуникации, изучение видов деятельности в коммуникационной сфере и возможностей их применения в практической деятельности

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):**

5. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)**

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)[3]
1	2	3	4	5
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1	1	
УК-3.1.	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	1	1	
УК 3.2.	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе	1	1	
УК-3.3.	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	1	1	
ОПК-2	. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или)	1	1	

[3] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

	медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах			
ОПК-2.1	Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов	1	1	
ОПК-2.2	Выявляет причинно- следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	1	1	
ОПК-2.3	Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	1	1	
ОПК-5.	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1	1	
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника-ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	1	1	
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	1	1	
. ОПК-5.3	. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	1	1	

6. Краткое содержание дисциплины (модуля):
__очная__ форма обучения

Краткое содержание дисциплины (модуля):
__очная__ форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Виды и формы медиакоммуникаций	**3**	**4**	**10**	**20**		**Зачет**
2	ПР как коммуникативная дисциплина	**3**	**6**	**12**	**20**		**Зачет**
3	Реклама как часть коммуникационного процесса	**4**	**4**	**10**	**10**	**4**	**Экзамен**
4	Роль пресс-службы в процессе коммуникации	**4**	**6**	**12**	**21**	**5**	**Экзамен**
Итого часов:			**20**	**44**	**71**	**9**	

__заочная__ форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Виды и формы медиакоммуникаций	**6**	**2**	**4**	**22**	**10**	**ЗАЧЕТ/ КР**
2	ПР как коммуникативная дисциплина	**6**	**2**	**2**	**20**	**16**	
3	Реклама как часть коммуникационного процесса	**7**	**2**	**2**	**40**		
4	Роль пресс-службы в процессе коммуникации	**7**	**2**	**4**	**49**	**9**	**Экзамен**
Итого часов:			**8**	**12**	**115**	**9**	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.32 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института Гуманитарного
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и
социально-гуманитарных проблем
Протокол №29 от «05» июня 2019 г.

Составитель:
Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент: _____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.О.32 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» является изучение и реализация студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в их профессиональной деятельности. Основная цель учебной дисциплины - дать студентам необходимые теоретические знания профессиональной этики для работы в области рекламы и связей с общественностью, способствовать формированию необходимых качеств и сформировать культуру поведения будущего специалиста.

Содержание курса ориентировано на формирование этических основ профессионального мировоззрения обучающихся; рассмотрении места и роли моральных норм и кодексов профессионального поведения в деятельности специалистов по связям с общественностью; нравственном анализе межличностных отношений в области СО и их влиянии на результат их профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Курс «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» способствует формированию знаний и навыков, необходимых для работы будущего специалиста в области рекламных и PR-коммуникаций.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR», определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование в процессе обучения профессиональных знаний о необходимости соблюдения моральных норм и кодексов профессионального поведения в деятельности специалистов по связям с общественностью и рекламы.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным, в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данного курса является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индика	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)

тора (ов) достижения компетенции	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)[1]
1	2	3	4	5
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
Начальный этап УК-2.1.	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	7	9	
Продвинутый этап УК-2.2.	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	7	9	
Завершающий этап УК-2.3.	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	7	9	
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования				
ОПК-5.1 Начальный этап	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника- ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	7	9	
ОПК-5.2. Продвинутый этап	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	7	9	
ОПК-5.3. Завершающий этап	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	7	9	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности				
ОПК-7.1 Начальный этап	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	7	9	
ОПК-7.2. Продвинуты	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы	7	9	

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

й этап	и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом			
ОПК-7.3. Завершающий этап	Учитывает эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	7	9	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарскогo	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры	7	4	2	10		
2	Векторы этических проблем в области рекламы и связей с общественностью	7	4	4	10		
3	Требования к морально-этическим и личностным качествам PR-специалистов	7	4	8	16		
4	Морально-этические требования к личностным качествам специалистов в области рекламы	7	4	8	16		
5	Этические принципы построения взаимоотношений с разными группами целевой аудитории.	7	4	4	10		
Итого часов:			**20**	**26**	**62**		**Зачет**

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного	Занятия семинарскогo	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры	9	1	2	10		
2	Векторы этических проблем в области рекламы и связей с общественностью	9		2	20		
3	Требования к морально-этическим и личностным качествам PR-специалистов	9	2	2	26		
4	Морально-этические требования к личностным качествам специалистов в области рекламы	9	2	2	24		
5	Этические принципы построения взаимоотношений с разными группами целевой аудитории.	9	1	2	12		
Итого часов:			**6**	**10**	**92**		**Зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Зачет.

Вопросы к зачету.

1. Этика как наука и явление культуры.
2. Круг проблем этики.
3. История становления этики.
4. Современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере PR
5. Мораль как специфический регулятор поведения.
6. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы.
7. Профессиональные стандарты рекламы.
8. Профессиональные стандарты PR
9. Социальная ответственность в сфере рекламы
10. Морально-нравственные нормы и противоречия в сфере профессиональных маркетинговых коммуникаций.
11. Смысл и нормы этикетного поведения в профессиональной деятельности
12. Этика взаимоотношений в коллективе коммуникативного агентства
13. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности
14. Деловая репутация специалиста по рекламе
15. Деловая репутация PR-специалиста
16. Профессионально-этические нормы, регулирующие поведение специалиста по рекламе в

конкретных областях профессиональных отношений
17. Профессионально-этические нормы, регулирующие поведение PR - специалиста в конкретных областях профессиональных отношений.
18. Проблема кодификации норм профессионального поведения в связях с общественностью
19. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей
20. Профессиональная мораль - средство укрепления внутрикорпоративных связей
21. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали
22. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения.
23. Межкультурные особенности взаимодействия в профессиональной сфере
24. Этикетные модели поведения в профессиональной PR- деятельности
25. Кодекс PACO.
26. Как различаются понятия «профессиональная этика» и «корпоративная этика»?
27. С чем связана специфика нравственной регуляции человеческого поведения (в отличие от правовой)?
28. Как соотносятся понятия «этика», «мораль» и «нравственность»?
29. Нравственная специфика отношений с коллегами.
30. Понятие профессиональной репутации ПР-специалиста.
31. Виды недобросовестной рекламы.
32. Виды недостоверной рекламы.
33. Защита несовершеннолетних в рекламе.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Алексеев С.В. Спортивный маркетинг: Правовое регулирование. –М.: Закон и право: Юнити-Дана, 2015. -640 с.
2. Балаева О.Е. Этика: учеб. Пособие. М-во спорта РФ, -М., 2015. – 113с
3. Ильин Е.П. Психология спорта. –М.: СПб.: Питер, 2016. -351с
4. Марченко, М.Н. Правоведение: учебник - М.: Проспект, 2016. - 640 с.
5. Профессиональная этика: учебник для высших учебных заведений / М. Н. Росенко, А. В. Бабаева, М. В. Чигирь [и др.]; отв. ред. М. Н. Росенко. – Санкт-Петербург: Петрополис, 2006. – 200 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=253940
6. Рева В.Е. Управление репутацией. – М.: Дашков и К., 2013. – 423с.
7. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии. –М.: Юрайт, 2013. – 303с.
8. Скляр Н.А. Профессиональная этика в психолого-педагогической деятельности. – Великие Луки, 2013. -265с.
9. Шевелева О.В. Атлет и этикет. – М.: Спорт, 2016. – 199с.
10. Этика. – М.: Юрайт, 2015. – 569с

б). Дополнительная литература:

1. Комментарий к Конституции Российской Федерации. - М.: БЕК, 1996. - 635 с.
2. Магницкая Е.В. Правоведение: учеб. Пособие. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 245 с.

3. Мархгейм М.В. Правоведение: учеб. для студентов вузов, обучающихся по неюрид. Специальностям. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 413 с.
4. Объедкова Л.П. Правоведение в определениях, схемах, таблицах, учеб.-метод. пособие для студентов вузов обучающихся по специальности 032101, 032102, 032103, 080507 : рек. УМО по образованию в обл. физ. культуры и спорта / Л.П. Объедкова Н.А. Ушакова. - М.: Физ. культура, 2010. - 63 с.: табл.
5. Право [Электронный ресурс]: курс лекций по праву для направлений 38.03.01, 49.03.02. рек. к изд. Эмс Гуманитар. ин-та ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / Байрамов С.В. [и др.]; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)", Каф. "Право". - 2015
6. Правоведение: учебник: - М.: Изд-во Рос. акад. гос. службы, 2008. - 623 с.
7. Радько, Т.Н. Правоведение: учеб. пособие / Т.Н. Радько. - М.: Проспект, 2012. - 202 с.

В) .Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Издание Правительства Российской Федерации, официальный публикатор документов // URL: www.rg.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Б1.О.32 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» для студентов Гуманитарного института 4 курса, обучающихся по направлению подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью», профилю «Спортивная реклама и PR», бакалавриат,
форма обучения: очно/заочная

2019 год набора

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: *рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем*

Ведущий преподаватель: *Протасова Надежда Вадимовна*

Сроки изучения дисциплины:

Очная форма обучения - 4 *курс 7 семестр;*

Заочная форма обучения - 5 *курс 9 семестр;*

Форма промежуточного контроля: *зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу (модулю) «*Сущность и специфические задачи этики в связях с общественностью»		*5*
2	*Письменная работа по разделу (модулю) «*Моральные нормы специалиста по связям с общественностью*»*		*10*
3	*Выступление на семинаре "*Основные этические принципы связей с общественностью*»*		*10*
4	*Управляемая дискуссия*: «Векторы этических проблем в области рекламы и связей с общественностью»		*10*
5	*Опрос по теме/модулю «Нравственные отношения и их классификация»*		*10*
6	*Устный опрос по теме «*Морально-этические требования к личностным качествам специалистов в области рекламы*»*		*5*
7	*Устный опрос по теме «*Этические принципы		*5*

	построения взаимоотношений с разными группами целевой аудитории»		
8	*Тестирование по пройденному материалу*		*5*
9	*Написание реферата по выбранной теме.*		*10*
10	*Посещение занятий*		*10*
11	***Зачет***		*20*
	ИТОГО		100

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения	Максимальное кол-во баллов
1	*Письменная работа по разделу (модулю) «*Моральные нормы специалиста по связям с общественностью*»*		*10*
2	*Выступление на семинаре "*Основные этические принципы специалиста в сфере рекламы*»*		*10*
3	*Подготовить презентацию на тему:* «Векторы этических проблем в области рекламы и связей с общественностью»		*10*
4	*Написать реферат на выбранную тему.*		*11*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			

Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.32 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора: 2019, 2020, 2021 г.

Москва- 2018

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет *3* зачетные единицы.

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля):**

Для очной формы обучения - *7* семестр;
Для заочной формы обучения – *9* семестр

3. Цель освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.О.32 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» является изучение и реализация студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в их профессиональной деятельности. Основная цель учебной дисциплины - дать студентам необходимые теоретические знания профессиональной этики для работы в области рекламы и связей с общественностью, способствовать формированию необходимых качеств и сформировать культуру поведения будущего специалиста. Содержание курса ориентировано на формирование этических основ профессионального мировоззрения обучающихся; рассмотрении места и роли моральных норм и кодексов профессионального поведения в деятельности специалистов по связям с общественностью; нравственном анализе межличностных отношений в области СО и их влиянии на результат их профессиональной деятельности.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма**	**____ форма обучения (ускоренное обучение)[2]**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
Начальный этап УК-2.1.	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	7	9	
Продвинутый этап УК-2.2.	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	7	9	
Завершающий этап	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач,	7	9	

[2] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

УК-2.3.	подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений			
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования				
ОПК-5.1 Начальный этап	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника- ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	7	9	
ОПК-5.2. Продвинутый этап	ОПК-5.2. Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	7	9	
ОПК-5.3. Завершающий этап	ОПК-5.3. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы	7	9	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности				
ОПК-7.1 Начальный этап	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	7	9	
ОПК-7.2. Продвинутый этап	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	7	9	
ОПК-7.3. Завершающий этап	ОПК-7.3. Учитывает эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	7	9	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры	7	4	2	10		
2	Векторы этических проблем в области рекламы и связей с общественностью	7	4	4	10		
3	Требования к морально-этическим и личностным качествам PR-специалистов	7	4	8	16		
4	Морально-этические требования к личностным качествам специалистов в области рекламы	7	4	8	16		
5	Этические принципы построения взаимоотношений с разными группами целевой аудитории.	7	4	4	10		
Итого часов:			**20**	**26**	**62**		**Зачет**

<u>Заочная форма обучения</u>

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры	9	1	2	10		
2	Векторы этических проблем в области рекламы и связей с общественностью	9		2	20		
3	Требования к морально-этическим и личностным качествам PR-специалистов	9	2	2	26		
4	Морально-этические требования к личностным качествам специалистов в области рекламы	9	2	2	24		

5	Этические принципы построения взаимоотношений с разными группами целевой аудитории.	9	1	2	12		
Итого часов:		**6**		**10**	**92**		**Зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

Кафедра менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.33«Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного Института
Протокол №01от «21» сентября 2018г.

Рабочая программа дисциплины обновлена
на основании решения заседания кафедры
Менеджмента и экономики спорта им. В.В.Кузина
(наименование)
Протокол №26от «18» июня 2019г.

Составитель:
Малинин Владимир Александрович – старший преподаватель кафедры Менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина ФГБОУ ВО «РГУФКСМиТ»
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» является формирование комплексного представления о документационном обеспечении систем управления физической культурой и спортом, развитие организационно-управленческого мышления с учетом ключевой роли документа в информационном обеспечении деятельности организации. Освоение тем данной дисциплины поможет сформировать основные представления о теоретических и практических направлениях развития документоведения организации как открытой системы, показать законы ее функционирования, а также приобрести умения в части адаптации организаций к изменениям внешней среды. Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплиныв структуре ООП (ОПОП)

ДисциплинаБ1.О.33 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» представляет собой самостоятельную дисциплину, относится к базовой части образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина развивает навыки аналитического мышления, системного подхода к решению экономических и управленческих задач. Интегрирована в систему обучения и связана с такими дисциплинами как Б1.О.37 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» и Б1.В.15 «Маркетинговые исследования»,Б1.В.18 «Менеджмент межкультурных взаимодействий», Б1.В.22 «Основы деятельности спортивной пресс-службы».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора(ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
УК-1	***Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач***	***8***	***9***
УК-1.1	*Знать:*	*8*	*9*

	– принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.		
УК-1.3	*Уметь:* *– анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.*	*8*	*9*
УК-1.5	*Владеть:* *– навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.*	*8*	*9*
УК-2	***Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений***	***8***	***9***
УК-2.1	*Знать:* *– виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.*	*8*	*9*
УК-2.2	*Уметь:* *– проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.*	*8*	*9*
УК-2.3	*Владеть:* *– методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений.*	*8*	*9*
УК-9	***Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности***	***8***	***9***
УК-9.1.	*Понимает базовые принципы функционирования экономики, планирования экономической деятельности.*	*8*	*9*
УК-9.2.	*Принимает обоснованные экономические решения, используя методы экономического планированиядля достижения поставленных целей.*	*8*	*9*
УК-9.3.	*Использует экономические инструменты для управления финансовой деятельностью в различных областях жизнедеятельности.*	*8*	*9*
УК-10	***Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению***	***8***	***9***
УК-10.1.	*Понимает значение основных правовых категорий, сущность коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни.*	*8*	*9*
УК-10.2.	*Проявляет гражданскую позицию, нетерпимое отношение к коррупционному поведению*	*8*	*9*
УК-10.3.	*Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания, сформированной правовой культуры и антикоррупционного поведения*	*8*	*9*
ОПК-2	***Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах***	***8***	***9***
ОПК-2.1	*Знать:* *– систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.*	*8*	*9*

ОПК-2.2	*Выявлять:* *– тенденции развития общественных и государственных институтов*	*8*	*9*
ОПК-2.3	*Учитывать:* *– основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.*	*8*	*9*

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплинысоставляет**3 зачетных единицы**,**108академическихчасов**.

очная **форма обучения**

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Основы теории систем и системный подход в менеджменте.	**8**	**2**	**2**	**9**		
2.	Функции управления.	**8**	**2**	**2**	**9**		
3.	Управленческое решение.	**8**	**2**	**2**	**9**		
4.	Методы управления в менеджменте.	**8**	**2**	**4**	**9**		
5.	Типология организаций.	**8**	**2**	**2**	**9**		
6.	Информационное обеспечение управления.	**8**	**2**	**2**	**9**		
7.	Основы менеджмента персонала.	**8**	**2**	**2**	**9**		
8.	Менеджмент мероприятий.	**8**	**2**	**4**	**9**		
		8					**Зачет**
Итого часов:			**16**	**20**	**72**		

заочная **форма обучения**

		С	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

№	Раздел дисциплины	е м	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Основы теории систем и системный подход в менеджменте.	**9**	**1**		**10**		
2.	Функции управления.	**9**	**1**	**1**	**12**		
3.	Управленческое решение.	**9**		**2**	**12**		
4.	Методы управления в менеджменте.	**9**		**2**	**12**		
5.	Типология организаций.	**9**		**1**	**12**		
6.	Информационное обеспечение управления.	**9**	**1**	**1**	**12**		
7.	Основы менеджмента персонала.	**9**		**1**	**12**		
8.	Менеджмент мероприятий.	**9**	**1**	**2**	**12**		
		9					**Зачет**
Итого часов:			**4**	**10**	**94**		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихсяпо дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Перечень примерных контрольных вопросов к зачёту.

1. Система и системный подходв менеджменте.
2. Основные элементы социально-экономических систем и управление ими.
3. Типология общественных объединений.
4. Классификация и этапы принятия правленческих решений.
5. Комплексное применение методов управления.
6. Функции менеджмента: общая характеристика, классификация.
7. Миссия и цель в менеджменте. «Дерево целей».
8. Сущность и взаимосвязь функций управления.
9. Понятие «управленческие отношения», их виды. Пути взаимодействия государственных и общественных органов управления.
10. Методы управления в сфере рекламы и связей с общественностью: общая характеристика, отдельные группы методов.
11. Взаимосвязь функций и методов управления.
12. Продвижение как функция маркетинговой деятельности спортивной организации.
13. Специфические функции управления.
14. Профессиональные стандарты работников сферы рекламы и связей с общественностью иФКиС.
15. Основные понятияинформационного обеспечения в менеджменте.
16. Принципы отраслевого менеджмента.
17. Отраслевое управление как система.
18. Основные направления деятельности федераций по видам спорта.
19. Общественные органы управления физической культурой и спортом.
20. Государственные органы управления физической культурой и спортом.
21. Общая характеристика функциональных разновидностей менеджмента.
22. Менеджмент как составная часть труда работника сферы рекламы и связей с общественностью (на конкретном примере по выбору студента).
23. Организационные структурысистем в менеджменте.
24. Современная политика подбора и найма специалистов порекламе и связям с общественностью.
25. Мотивация работников в сфере рекламы и связей с общественностьюи в физкультурно-спортивной организации.
26. Функциональные обязанности работников в сфере рекламы и связей с общественностью.

27. Спортивноемероприятие как объект управления в сфере рекламы и связей с общественностью.
28. Менеджмент рекламы в печатных и электронных средствах массовой информации.
29. Организационные конфликты в спортивных организациях: сущность, формы и способы их разрешения.
30. Реклама спортивных товаров.
31. Какие бывают экономические решения в области менеджмента
32. Сущность коррупции и формы его проявления в области менеджмента. Правововая культура и антикоррупционное поведение.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

а) Основная литература:

1. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. https://urait.ru/book/menedzhment-v-mediaindustrii-518425
2. Исаенко, Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности: учебное пособие / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 351 с. (ЭБС «Книгафонд»).
3. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров /И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов. – М.: Издательство Юрайт, 2013. –552 с.
4. Састамойнен Т.В., Круглова Т.Э., Чернецкая Т.С.и др. Менеджмент физической культуры и спорта. М.:Издательский центр «Академия», 2014г., 240 с.
5. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент: учебное пособие: [16+] / Г. С. Цветкова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с.: ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=494305

б) Дополнительная литература:

1. Акопов Г. Л. Коммуникационный менеджмент. Учебник для вузов/Акопов, А.Л. Акопова, Н.В. Бакирова Коммуникационный менеджмент. Учебник для вузов, ISBN: 978-5-4461-1541-9, Питер, 2020 г., 304 с.

2. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации. М.: Физкультура и спорт, 2006 г., 463
3. Переверзин И.И. Искусство спортивного менеджмента. М.: Советский спорт, 2004 г., 415 с.
4. Русинов Ф.М., Разу М.Л., Менеджмент (современный российский менеджмент). М.: ИД ФБК-Пресс, 2004 г., 501 с.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Словари и энциклопедии https://dic.academic.ru/
2. Менеджмент рекламы: Учеб. Пособие, М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007 г., 527с.https://lib.sale/menedjment-brend/menedjment-reklamyi-gusarov.html
3. «Рубрикон» - крупнейший энциклопедический ресурс Интернета http://www.rubricon.com/
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - полнотекстовая база данных научных периодических изданий http://www.elibrary.ru/
5. Чумиков А., Бочаров М., Самойленко С.Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие профессиональные компетенции Издательский дом «Дело», Москва, 2016, 521 с. https://iknigi.net/avtor-aleksandr-chumikov/113557-reklama-isvyazi-sobschestvennostyu-professionalnye-kompetencii-aleksandr-chumikov/read/page-1.html
6. Маслова В.М., Синяева И.М., Синяев В.В. Сфера PR в маркетинге:учебное пособиеЮнити-Дана,Москва,2015г.,384с.http://htbiblio.yolasite.com/resources/%D0%A1%D0%B8%D0%BD%D1%8F%D0%B5%D0%B2%D0%B0%20%D0%98.%D0%9C.%20%D0%A1%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%20%D0%9F%D0%A0%20%D0%B2%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B5.%202007.pdf
7. www.consultant.ru
8. www.hr-zone.net
9. www.e-xecutive.ru
10. www.hrm.ru
11. www.headhunter.ru
12. www.mtuf.ru
13. www.rossport.ru
14. www.finam.ru
15. www.forexpf.ru
16. www.rbc.ru
17. www.vedomosti.ru
18. www.kommersant.ru
19. Сайт Российской Ассоциации Рекламных Агентств www.rara.ru

20. www.advertology.ru/
21. www.salespromotion.ru
22. www.adverus.ru/рекламный мир
23. www.sostav.ru
24. www.marketologi.ru
25. www.outdoormedia.ru
26. www.productplacement.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Для проведения занятий лекционного, семинарского типа необходимы учебные аудитории, оснащенные комплектами аудиторной мебели, досками с соответствующими пишущими средствами для интерактивного написания материала. Необходимо наличие компьютера преподавателя с выходом в сеть Internet, проектора, экрана и колонок для отображения

наглядного материала.

Для самостоятельной подготовки студентов необходим читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине«МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» для обучающихся гуманитарного института4 курса очной и 5 курса заочной формы обучения, направления подготовки42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) Спортивная реклама и PR

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина
Сроки изучения дисциплины: 8семестр – очная форма обучения

9 семестр – заочная форма обучения
Форма промежуточной аттестации: зачёт.

II. ФОРМЫОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Формаоценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Подготовка компьютерных презентаций по разделу:*		
	Основы теории систем и системный подход в менеджменте.	*1 неделя*	*5*
	Функции управления.	*2 неделя*	*5*
	Управленческое решение.	*3 неделя*	*5*
	Методы управления в менеджменте.	*4 неделя*	*5*
	Типология организаций.	*5 неделя*	*5*
	Информационное обеспечение управления.	*6 неделя*	*5*
	Основы менеджмента персонала.	*7 неделя*	*5*
	Менеджмент мероприятий.	*8 неделя*	*5*
2	*Написание контрольной работы*	*весь период*	*5*
3	*Подготовка реферата*	*весь период*	*15*
4	*Подготовка доклада по теме реферата*	*весь период*	*5*
5	*Подготовка презентации по теме реферата*	*весь период*	*5*
6	*Посещение занятий*	*весь период*	*10*
	Зачёт		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Подготовка реферата*	*15*
3	*Подготовка доклада по темам рефератов*	*5*
4	*Подготовка презентации по темам рефератов*	*5*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

Кафедра менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.33Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль):Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования:*бакалавриат*

Форма обучения:*очная, заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет *3* зачетных единицы.

2. **Семестр освоения дисциплины:**
   8 семестр – очная форма обучения
   9 семестр – заочная форма обучения

3. **Цель освоения дисциплины:** формирование комплексного представления о документационном обеспечении систем управления физической культурой и спортом, развитие организационно-управленческого мышления с учетом ключевой роли документа в информационном обеспечении деятельности организации. Освоение тем данной дисциплины поможет сформировать основные представления о теоретических и практических направлениях развития документоведения организации как открытой системы, показать законы ее функционирования, а также приобрести умения в части адаптации организаций к изменениям внешней среды. Дисциплина реализуется на русском языке.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:**

Шифр компетенции / код индикатора(ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**	
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
УК-1	***Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач***	***8***	***9***
УК-1.1	*Знать:* *– принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.*	*8*	*9*
УК-1.3	*Уметь:* *– анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.*	*8*	*9*
УК-1.5	*Владеть:*	*8*	*9*

	– навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений.		
УК-2	***Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений***	***8***	***9***
УК-2.1	*Знать:* *– виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.*	*8*	*9*
УК-2.2	*Уметь:* *– проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.*	*8*	*9*
УК-2.3	*Владеть:* *– методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений.*	*8*	*9*
УК-9	***Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности***	***8***	***9***
УК-9.1.	*Понимает базовые принципы функционирования экономики, планирования экономической деятельности.*	*8*	*9*
УК-9.2.	*Принимает обоснованные экономические решения, используя методы экономического планированиядля достижения поставленных целей.*	*8*	*9*
УК-9.3.	*Использует экономические инструменты для управления финансовой деятельностью в различных областях жизнедеятельности.*	*8*	*9*
УК-10	***Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению***	***8***	***9***
УК-10.1.	*Понимает значение основных правовых категорий, сущность коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни.*	*8*	*9*
УК-10.2.	*Проявляет гражданскую позицию, нетерпимое отношение к коррупционному поведению*	*8*	*9*
УК-10.3.	*Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность* *на основе развитого правосознания, сформированной* *правовой культуры и антикоррупционного поведения*	*8*	*9*
ОПК-2	***Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах***	***8***	***9***
ОПК-2.1	*Знать:* *– систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.*	*8*	*9*
ОПК-2.2	*Выявлять:* *– тенденции развития общественных и государственных институтов*	*8*	*9*

ОПК-2.3	*Учитывать:* *– основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.*	*8*	*9*

5. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплинысоставляет**3 зачетных единицы**, **108академических часов**.

очная **форма обучения**

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Основы теории систем и системный подход в менеджменте.	**8**	**2**	**2**	**9**		
2.	Функции управления.	**8**	**2**	**2**	**9**		
3.	Управленческое решение.	**8**	**2**	**2**	**9**		
4.	Методы управления в менеджменте.	**8**	**2**	**4**	**9**		
5.	Типология организаций.	**8**	**2**	**2**	**9**		
6.	Информационное обеспечение управления.	**8**	**2**	**2**	**9**		
7.	Основы менеджмента персонала.	**8**	**2**	**2**	**9**		
8.	Менеджмент мероприятий.	**8**	**2**	**4**	**9**		
		8					**Зачет**
Итого часов:			**16**	**20**	**72**		

заочная **форма обучения**

№	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	Основы теории систем и системный	**9**	**1**		**10**		

	подход в менеджменте.						
2.	Функции управления.	**9**	**1**	**1**	**12**		
3.	Управленческое решение.	**9**		**2**	**12**		
4.	Методы управления в менеджменте.	**9**		**2**	**12**		
5.	Типология организаций.	**9**		**1**	**12**		
6.	Информационное обеспечение управления.	**9**	**1**	**1**	**12**		
7.	Основы менеджмента персонала.	**9**		**1**	**12**		
8.	Менеджмент мероприятий.	**9**	**1**	**2**	**12**		
		9					**Зачет**
Итого часов:			**4**	**10**	**94**		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный Институт

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.34 Интегрированные коммуникации»

шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Протокол № 1 от «12 » сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_____рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

(наименование)
Протокол № _29 от «05» июня_2019__ г
Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры

_____
(наименование)
Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составители:

Шапинская Екатерина Николаевна, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
Рецензент: Кошелева Анна Владимировна, доктор культурологии, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ»

_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) **«Б1.0.34 Интегрированные коммуникации»** Целью обучения по дисциплине является освоение студентами интегрированного подхода к коммуникациям и воспитание у студентов способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры. Дисциплина направлена на развитие компетенций, необходимых для успешной практической деятельности в области управления коммуникационными процессами в сфере связей с общественностью и рекламы. Знания, которые обеспечивает дисциплина,, предназначены, прежде всего, для решения практически ориентированных задач в сфере ФК и спорта, направленных на разработку и реализацию эффективных коммуникационных стратегий.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 (Б1.О).
Логическая связь данной дисциплины должна быть обеспечена (путем установления содержательной связи материала курса) с содержанием соответствующих дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла - «Теория и практика связей с общественностью», «Психология массовых коммуникаций», « Организация работы отделов PR в сфере ФК и С». Изучение данной дисциплины имеет существенное теоретическое и методическое значение для параллельного и последующего изучения таких дисциплин профессионального цикла, как «Проведение ПР-компаний»; «Социальные проекты СО в сфере спорта»; «Теория и практика связей с общественностью», «Организация работы отделов PR в сфере ФК и СО».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компете	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)

нции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)[1]
1	2	3	4	5
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1	1	
УК-1.1.	Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	1	1	
УК 1.2.	Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации.	1	1	
УК-1.3.	Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.	1	1	
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	1	1	
УК-5.1.	Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	1	1	
УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	1	1	
УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	1	1	
УК-5.4.	Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	1	1	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **3 зачетные единицы, 108 академических часа.**

Очная форма обучения

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Интегрированные коммуникации: сущность, определение, структура.	5	4	6	10	2	
2	Основные этапы формирования интегрированных коммуникаций	5	4	6	10	2	
3	Особенности развития сферы интегрированных коммуникаций (рекламы и PR) в России	5	4	6	20	2	
4	Основные виды и сферы развития интегрированных коммуникаций	5	6	8	15	3	
Итого часов:			18	26	55	9	Экзамен

заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Интегрированные коммуникации: сущность, определение, структура.	6	2	2	20	2	
2	Основные этапы формирования интегрированных коммуникаций	6		2	20	2	
3	Особенности развития сферы интегрированных коммуникаций (рекламы и PR) в России	6		2	20	2	
4	Основные виды и сферы развития интегрированных коммуникаций	6	2	4	25	3	
Итого часов:			4	10		9	Экзамен

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Вопросы к экзамену

1. Виды коммуникаций, их структура.
2. Основные виды и сферы развития интегрированных коммуникаций.
3. Комплекс маркетинга (Маркетинг mix)
4. Место маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга.
5. Понятие маркетинговых коммуникаций.
6. Классификации форм маркетинговых коммуникаций.
7. Массовые коммуникации: определение и компоненты
8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
9. Стимулирование сбыта
10. ПР как компонент интегрированных коммуникаций.
11. Модели ПР
12. Понятие, смысл и структура явления паблисити.
13. Основные факторы эффективности рекламной деятельности
14. Основы мотивации в рекламе. Выбор побудительных мотивов
15. Основные средства распространения рекламы.
16. Особенности отдельных видов рекламы.
17. Социальная реклама: понятие, специфика, история
18. Media relations, их значение для интегрированных коммуникаций.
19. Интернет-реклама, ее особенности

20. Немедийные коммуникации, их функции в интегрированных коммуникациях.

21. Сетевая реклама

22. Сувенирная реклама

23. Ивент-маркетинг.

24. Ивент-менеджмент

25. Выставки и ярмарки как виды ИК

26. Виды рекламных кампаний.

27. Роль рекламы в жизни современного общества.

28. Массовые коммуникации: определение и компоненты

29. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

30. Виды рекламных кампаний.

31. Роль рекламы в жизни современного общества.

32. Профессиональная этика связей с общественностью.

33. Организационный PR и реклама организаций.

34. Компоненты маркетинговых коммуникаций.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Спорт в системе социальных коммуникаций: учеб. пособие для студентов вузов физической культуры. – М., 2015.

2. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации: учеб пособие. – М.: Аспект пресс, 2013

3. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2014.

4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брэндинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 323 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684408

5. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brending-512271

6. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-512454

б) дополнительная литература:

1. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности. – М.; Берлин: Директ-медиа, 2014. - 208 с.

2. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании: уч. пособие. – М.: Аспект-пресс, 2014.- 157 с.

3. Спорт в системе социальных коммуникаций: учеб. пособие для студентов вузов физической культуры. – М., 2015.- 184 с.

4. Марусева И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы. – М.; Берлин: Директ-медиа

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. [Эл. ресурс] URL http://www.grandars.ru/student/marketing/pr.html

2. [Эл. ресурс] URL https://www.syl.ru/article/178392/new_reklama-i-svyaz-s-obschestvennostyu-spetsialist-po-svyazyam-s-obschestvennostyu

3. [Эл. ресурс] URL http://fb.ru/article/168880/pablik-rileyshnz---chto-eto-takoe-sistema-public-relations

4. [Эл. ресурс] URL https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/680881

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet.

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

3. Читальный зал библиотеки с комплектом аудиторной мебели, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и

доступом в электронную информационно-образовательную среду используется для самостоятельной работы обучающихся.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.0.34 Интегрированные коммуникации»
для обучающихся Гуманитарного института, 3 курса,
направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
по направленности (профилю) «Спортивная реклама и PR»,
очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): 5 семестр
Форма промежуточной аттестации: экзамен.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Устное выступление с докладом и/или подготовка презентации по разделам 1-3.	1-я – 3я неделя семинарских занятий	**7**
2	Письменная контрольная работа по разделам 3-4.	4-я неделя семинарских занятий	**10**
5	Письменная контрольная (самостоятельная) работа по разделу 3.	8-я неделя семинарских занятий	**10**
6	Устное выступление с докладом и/или подготовка презентации по разделам 1-4.	9-я- 10-я неделя семинарских занятий	**10**
7	Защита реферата	11-я неделя семинарских занятий	**10**
8	Посещение семинарских занятий	в течение семестра	**13** *(по 1 баллу за 2 академических часа)*

[2] В графу вносится информация, если дисциплина (модуль) реализуется посредством очной формы обучения. При формировании таблицы для заочной формы обучения данная графа может не заполняться.

9	**Экзамен**	согласно расписанию	**30**
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	Подготовка презентации	7
2	Письменная контрольная работа	10
3	Тест	10
4	Устный опрос	5

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

–Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом, дифференцированным зачётом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Если дисциплина (модуль) изучается в течение всего учебного года без наличия в период промежуточной аттестации зачёта/дифференцированного зачета/экзамена в конце семестра, то в информационной справке может приводится одна таблица на весь учебный год. Количество баллов за весь учебный год составляет 100 баллов. В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Если дисциплина (модуль) проходит в течение всего учебного года с промежуточной аттестацией в каждом семестре, то в информационной справке приводятся отдельно две таблицы с видами текущего контроля успеваемости (отдельно на каждый семестр). Количество баллов за каждый семестр составляет 100 баллов.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.34 Интегрированные коммуникации»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 3 зачетных единиц.

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):** *[номер семестра(ов)]*.5 семестр для дневного отделения, 6 – для вечернего.

3. **Цель освоения дисциплины (модуля): «Б1.0.34 Интегрированные коммуникации»** является освоение студентами интегрированного подхода к коммуникациям и воспитание у студентов способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры. Дисциплина направлена на развитие компетенций, необходимых для успешной практической деятельности в области управления коммуникационными процессами в сфере связей с общественностью и рекламы. Знания, которые обеспечивает дисциплина,, предназначены, прежде всего, для решения практически ориентированных задач в сфере ФК и спорта, направленных на разработку и реализацию эффективных коммуникационных стратегий.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):**

УК-3, ОПК-7

5. **Краткое содержание дисциплины (модуля):**

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	

1	Интегрированные коммуникации: сущность, определение, структура.	5	4	6	10	2	
2	Основные этапы формирования интегрированных коммуникаций	5	4	6	10	2	
3	Особенности развития сферы интегрированных коммуникаций (рекламы и PR) в России	5	4	6	20	2	
4	Основные виды и сферы развития интегрированных коммуникаций	5	6	8	15	3	
Итого часов:			18	26	55	9	Экзамен

заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Интегрированные коммуникации: сущность, определение, структура.	6	2	2	20	2	
2	Основные этапы формирования интегрированных коммуникаций	6		2	20	2	
3	Особенности развития сферы интегрированных коммуникаций (рекламы и PR) в России	6		2	20	2	
4	Основные виды и сферы развития интегрированных коммуникаций	6	2	4	25	3	
Итого часов:			4	10		9	Экзамен

Задача программы — подготовить специалистов, обладающих следующими знаниями и компетенциями:

- способностью осуществлять руководство коммуникационными кампаниями в корпоративном, государственном и третьем секторе;
- знаниями структуры и логики функционирования современных медиа и интернет-коммуникаций, способностью руководить процессом медиа-планирования и медиа-маркетинга;
- квалифицированными навыками устного и письменного коммуницирования, оценивания и анализа информации в различных медиа, включая печатные, аудиовизуальные и цифровые;
- способностью демонстрировать навыки анализа и решения практических задач в сфере формирования PR и рекламных стратегий, учитывая современную потребительскую культуру и структуру современного рынка РФ;

- способностью управлять коммуникациями в области организационных коммуникаций, способностью управлять внутрикорпоративными коммуникациями на национальном и международном уровне;
- знанием основных теорий и исследовательских подходов в области коммуникативистики, знанием качественных и количественных научных методов и умением применять данные знания в области изучения общественного мнения и управления коммуникационными процессами.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ИнститутГуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.35 Организация и проведение коммуникационных кампаний»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от « 26 » сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_ рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 29 от «05»июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_ рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

. Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_ рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № от « » 20 г.

Составитель:
__ **Шапинская Екатерина Николаевна, доктор философских наук, профессор,** профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент: Кошелева Анна Владимировна, доктор культурологи, зав. Кафедрой рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.0.35 Организация и проведение коммуникационных кампаний» является: дать системное представление о коммуникационных кампаниях, их роли в PR-деятельности, а также сформировать навыки и умения их планирования и проведения и коммуникационного менеджмента.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к модулю базовых дисциплин. Дисциплина «Б1.0.35 Организация и проведение коммуникационных кампаний» читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 6 семестре, по заочной – на 5 курсе, в 10 и 11 семестре. Усвоению дисциплины способствует изучение таких дисциплин как «Теория и практика связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникации». Освоение учебного материала программы способствует эффективному параллельному и последующему прохождению таких дисциплин: «Репутационный PR в сфере спорта», «Создание рекламных текстов», «Маркетинговые исследования».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	6		10
УК-3.1	Знает основные приемы и нормы социального			

	взаимодействия			
УК-3.2	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.			
УК-3.3	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.			
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	6		11
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника- ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях			
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира			
ОПК-5.3	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы			

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3__**зачетные единицы**, 108 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточно й аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Раздел 1. Виды и формы современных коммуникаций.	6	4	6	10	-	**Зачет**
2	Раздел 2. Коммуникационные	6	6	6	18	-	

	компании, их разновидности.						
3	Раздел 3. Коммуникационныей кампании в PR	6	4	6	20	-	
4	Коммуникационный менеджмент	6	6	8	12	-	
Итого часов:			**20**	**28**	**60**	**-**	

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Раздел 1. Виды и формы современных коммуникаций.	10	2	4	30	-	**Зачет**
2	Раздел 2. Коммуникационные компании, их разновидности.	10	2	4	30	-	
3	Раздел 3. Коммуникационныей кампании в PR	11	2	6	60	-	
4	Коммуникационный менеджмент	11	2	4	61	4-	**Экзамен**
Итого часов:			**20**	**28**	**60**	**-4**	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Перечень вопросов к зачету

1. Современные организационные формы и технические средства информационного обеспечения рекламы и СО.
2. Виды коммуникационных кампаний.
3. Виды и формы коммуникации.

4. Базы данных и информационные хранилища — разработка и практическое использование в рекламе и СО.

5. Использование компьютерно-сетевых технологий для информационного обеспечения рекламной деятельности.

6. Использование баз данных в целях информационного обеспечения рекламной деятельности фирмы.

7. Средства для коммуникационной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы и рекламные информационные службы.

8. Коммуникационный менеджмент

9. Анализ целевой аудитории коммуникационных кампаний.

10. Обратная связь в коммуникационных кампаниях.

11. Коммуникационные кампании в масс медиа

12. Виды и формы современных масс медиа.

13. Коммуникационные кампании в социальных медиа.

14. Социальные сети как пространство проведения коммуникационных кампаний.

15. Мультимедийные технологии в коммуникационных кампаниях.

16. Определение и классификация информационных систем и информационных технологий.

17. Создание и проведение электронной презентации.

18. Организация и проведение коммуникационной кампании в Интернете.

19. Планирование коммуникационных кампаний.

20. Способы оценки эффективности коммуникационных кампаний.

Перечень вопросов к экзамену

1.Роль коммуникационных технологий в современном обществе.

2. Виды и формы коммуникационных технологий

3. Процессы информатизации в современном обществе

4.История коммуникационных технологий

5. Основные этапы развития коммуникационных технологий.

6. Средства коммуникационных технологий, их классификация.

7. Субъекты коммуникационных технологий.

8. Целевые аудитории коммуникационных технологий.

9.Этапы разработки коммуникационных технологий.

10. Структурные элементы коммуникационных технологий

11. Реклама как коммуникационная технология.

12. Маркетинговые коммуникации и коммуникационные технологии.

13. Роль имиджеологии в коммуникационных технологиях

14. Роль коммуникационных технологий в немедийных коммуникациях

15. Особенности коммуникационных технологий в сфере ФК и спорта.

16. Использование коммуникационных технологий в продвижении спортивного события

17. Влияние коммуникационных технологий на восприятие спорта в массовом сознании.

18. ФК и спорт как коммуникационное пространство.

19. Коммуникационные потоки.

20. Конструкция имиджа спортсмена при помощи КТ.

21. Новые тенденции в развитии КТ в эпоху глобализации.

22. Коммуникационные технологии и новые медиа.

Задания для самостоятельной работы.

1. Современные теории коммуникации.

2. Коммуникативные барьеры.

3. Семиотический анализ коммуникации.

4. Речевое общение как средство коммуникации.

5. Обратная связь в процессе коммуникации.

7. Воздействие речевой и письменной информации.

8. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации.

9.Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.

10. Роль масс медиа в современной культуре и обществе.

11. Изучение аудитории и его роль для понимания влияния масс медиа на

общественное мнение.

12. Процессы глобализации и межкультурные коммуникации.

13. Культурные барьеры коммуникации.

14. Формы речевой коммуникации.

15. Невербальная коммуникация в культуре и обществе.

16. «Лингвистический поворот» в теории коммуникации.

17. Межличностная коммуникация в спортивном сообществе.

18. Различные модели коммуникационного процесса.

19. Роль коммуникатора в ПР-кампаниях.

20. Массовая коммуникация в современном мире.

21. Спортивные передачи в структуре СМК.

22. Межкультурные коммуникации в глобализирующемся мире.

23. Формы межкультурной коммуникации.

24. Роль межкультурных различий в спортивных событиях.

25. ПР в системе массовых коммуникаций.

26. Коммуникативные аспекты рекламы.

Темы для докладов и презентаций.

1. Особенности коммуникации у человека и животных.
2. Кодирование и декодирование в процессе коммуникации.
3. Культурные барьеры коммуникации.
4. Драматургический подход в теории коммуникации.
5. Формы речевой коммуникации.
6. Невербальная коммуникация в культуре и обществе.
7. «Лингвистический поворот» в теории коммуникации.
8. Язык жестов как вид коммуникации.
9. Межличностная коммуникация в спортивном сообществе.
10. Различные модели коммуникационного процесса.
11. Роль коммуникатора в ПР-кампаниях.
12. Массовая коммуникация в современном мире.
13. Массовое общество и массовые коммуникации.

14.Интернет как коммуникативное пространство.

15.Особенности аудитории спортивных передач.

16.Спортивные передачи в структуре СМК.

17.Межкультурные коммуникации в глобализирующемся мире.

18.Формы межкультурной коммуникации.

19. Роль межкультурных различий в спортивных событиях.

20. ПР в системе массовых коммуникаций.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 97 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=42874

2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. https://urait.ru/book/organizaciya-i-provedenie-kampaniy-v-sfere-svyazey-s-obschestvennostyu-515470

3. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающимся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 550 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114784

4. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с обещственностью» / А. Г. Киселев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 431 с.

[Электронный ресурс]. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1

5. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 184 с.

б) Дополнительная литература:

1. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информ. войн: учеб. пособие для студентов вузов 030600 и специальности 030601 и направлению подгот. ВПО 031300: рек. УМО по клас. универ. образованию / Георгий Вирен. - М.: Аспект пресс, 2013. - 126 с.: ил.

2.Гришанина, А.Н. Спорт для всех : медийные ресурсы в продвижении спортив.-массовых мероприятий / А.Н. Гришанина, Г.С. Мельник, Н.О. Свешникова // Теория и практика физ. культуры. - 2016. - № 8. - С. 59-61.

3. Киуру, К.В. Формирование медиакомпетентности студентов в образовательном процессе вуза физической культуры / К.В. Киуру, Е.Е. Попова // Теория и практика физ. культуры. - 2016. - № 5. - С. 30-32.

5. Паук, А.С. Интеграция коммуникаций в социальных медиа с целью продвижения спортивного продукта / Паук А.С. // Всероссийский форум "Молодые ученые - 2010" : материалы. - М., 2010. - С. 251.

6.Плониш, В.Ю. Теория и практика массовой информации : учеб. пособие / В.Ю. Плониш ; С.-Петерб. ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права, О-во "Знание" Санкт-Петербурга и Ленинград. обл. - СПб.: [ИВЭСЭП], 2005. - 167 с.

в)Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Журнал "Журналист". - http://www.jrnlst.ru/
2. Журнал "PR в России". - http://www.prjournal.ru/
3. Журнал "Медиа. Информация. Коммуникация". - http://mic.org.ru/arh
4. Сводная медиатека по журналистике. - https://vk.com/bibliosmi

3. Научная электронная библиотека https://elibrary.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет- версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **«Б1.0.35 Организация и проведение коммуникационных кампаний»** ***для обучающихся Гуманитарного института 3курса направления подготовки/ специальности*** 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью ***направленности (профилю)*** **–** «Спортивная реклама и PR» *очной, заочной* ***формы обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): 6 семестр.
Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

	Формаоценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведениянa очной форме обучения (в неделях)**[1]	**Максимальное кол-во баллов**
6-ой семестр			
1	*Контрольная работа по теме 1 "Виды и формы коммуникационных кампаний."*	*30 неделя*	*10*
2	*Выполнение практического задания (Провести анализ изменений информационных систем, применяемых в медиапространстве) по теме 2 «Коммуникационные кампании в масс медиа»*	*33 неделя*	*10*
3	*Написание реферата по теме 3«Коммуникационный менеджмент »(на примере по выбору студента)*	*36неделя*	*15*
4	*Презентация по теме 4"* Коммуникационные кампании в социальных медиа*" (на примере по выбору студента)*	*39 неделя*	*10*
5	*Выполнение практического задания (Разработать проект рассылки рекламы) по теме 5 "* Разработка плана коммуникационной кампании*"*	*42 неделя*	*10*
6	*Презентация по теме 4"* Эффективность коммуникационных кампаний*" (на примере по выбору студента)*	*44 неделя*	*15*
7	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по семестру		**80 баллов**

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	Зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по теме «Виды коммуникационных кампаний»*	*10*
2	*Эссе по теме, пропущенной студентом*	*10*
3	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
4	*Выполнение практического задания (Разработка рекламных материалов при помощи графических редакторов) по теме "* План коммуникационной кампании*"*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ИнститутГуманитарный

Кафедрарекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.0.35 Организация и проведение коммуникационных кампаний»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)**составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля): 6** семестр для очного, 10, 11 – для заочного отделения

Цель освоения дисциплины (модуля): Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.0.35 Организация и проведение коммуникационных кампаний» является: дать системное представление о коммуникационных кампаниях, их роли в PR-деятельности, а также сформировать навыки и умения их планирования и проведения и коммуникационного менеджмента.

3. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):**

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	6		10
УК-3.1	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия			
УК-3.2	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.			
УК-3.3	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.			
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	6		11
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих			

	развитие разных медиакоммуника- ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях			
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира			
ОПК-5.3	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы			

4. Краткое содержание дисциплины (модуля):

Очная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточно й аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Раздел 1. Виды и формы современных коммуникаций.	6	4	6	10	-	**Зачет**
2	Раздел 2. Коммуникационные компании, их разновидности.	6	6	6	18	-	
3	Раздел 3. Коммуникационныей кампании в PR	6	4	6	20	-	
4	Коммуникационный менеджмент	6	6	8	12	-	
Итого часов:			**20**	**28**	**60**	**-**	

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**	**Форма промежуточно й аттестации *(по семестрам)***

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Виды и формы современных коммуникаций.	10	2	4	30	-	**Зачет**
2	Раздел 2. Коммуникационные компании, их разновидности.	10	2	4	30	-	
3	Раздел 3. Коммуникационныей кампании в PR	11	2	6	60	-	
4	Коммуникационный менеджмент	11	2	4	61	4-	**Экзамен**
Итого часов:			**20**	**28**	**60**	**-4**	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра иностранных языков и лингвистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.0.36 «РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ»

Направление подготовки: 38.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная и заочная

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована

Экспертно-методическим советом

Гуманитарного института

Протокол № _1_ от «26» ____сентября_____2018_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена

на основании решения заседания кафедры

_____

(наименование)

Протокол № __ от «__» _____2019_ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена

на основании решения заседания кафедры

_____

(наименование)

Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена

на основании решения заседания кафедры

_____

(наименование)

Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена

на основании решения заседания кафедры

_____

(наименование)

Протокол № __ от «__» _____20__ г.

Составитель: Волкова Марина Сергеевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков и лингвистики

Рецензент:

_____

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Целью освоения дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» является: обучение учащихся основам речевого общения путем совершенствования навыков всех видов речевой

деятельности: чтения, письма, слушания и устной речи; вооружение основами знаний в области риторики, повышение у студентов уровня владения языком, реального речевого мастерства, умения пользоваться речью как средством общения и передачи информации, важнейшим инструментом профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, т.е. подготовка коммуникативно грамотного выпускника, обладающего профессиональной коммуникативной компетенцией.

Язык, на котором реализуется дисциплина (модуль) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», - русский.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина (модуль) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» относится к блоку Б1.0.36 ООП (ОПОП).

Необходимость введения курса «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» в систему базовых дисциплин (модулей) по направлению 38.03.01 Реклама и связи с общественностью обусловлена своеобразием общекультурной ситуации в современном обществе: обучение речевой коммуникации – одна из важнейших задач подготовки образованных, компетентных специалистов. К специалистам в области рекламы и связей с общественностью предъявляются требования не только высокого профессионализма, но и глубокого понимания принципов общения, особенно речевого. Поэтому бакалавры по рекламе и связям с общественностью должны владеть различными видами речевой деятельности, обладать навыками речевого общения, уметь квалифицированно вести беседу, то есть чувствовать себя уверенно в различных коммуникативно-речевых условиях и прежде всего в непосредственной профессиональной сфере общения.

Изучение дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» тесно связано с изучением таких дисциплин, как «Русский язык и культура речи», «Стилистика текста в рекламе и связях с общественностью», «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации», «Копирайтинг».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма	Очно-заочная -	Заочная форма
1	3	5	6	7
УК-4	УК-4.1. Знает общеупотребительную лексику и систему современного иностранного языка; нормы словоупотребления; основы грамматики; орфографические нормы и нормы пунктуации изучаемого иностранного языка.	4		3
	УК-4.2. Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке.	4		3
	УК-4.3. Умеет использовать государственный язык Российской Федерации и иностранный язык, как эффективное средство общения.	4		3
	УК-4.5. Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в учебной и профессиональной деятельности	4		3
ОПК-1	ОПК-1.1. Знает типы медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов	4		3
	ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	4		3
	ОПК-1.3. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	4		3

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет ___3___ **зачетных единицы**, __108_____ **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теория и практика речевой коммуникации. Основные понятия теории речевой коммуникации	4	1	2	4		
2	Совершенствование основных видов речевой деятельности	4	1	4	4		
3	Речевая норма и культура речи	4	1	2	4		
4	Невербальная коммуникация	4	2	2	4		
5	Проблемы межкультурной коммуникации	4	1	2	2		
6	Ораторское мастерство: история и современность	4	4	4	10		
7	Механизмы порождения и восприятия речи и сознательное овладение способами ее подготовки и контроля	4	2	2	6		
8	Звучащая речь и ее особенности	4	2	4	4		
9	Этика и психология речевой коммуникации	4	2	2	4		
10	Основы полемического мастерства	4	2	2	6		
11	Речевые тактики в связях с	4	2	4	10		

	общественностью и рекламе						
		4					Зачет
Итого часов:			20	30	58		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная	Контроль	
1	Теория и практика речевой коммуникации. Основные понятия теории речевой коммуникации	3	0,25		10		
2	Совершенствование основных видов речевой деятельности	3	0,25	0,5	10		
3	Речевая норма и культура речи	3		0,25	10		
4	Невербальная коммуникация	3		0,25	10		
5	Проблемы межкультурной коммуникации	3	0,25		4		
6	Ораторское мастерство: история и современность	3	2	1	12		
7	Механизмы порождения и восприятия речи и сознательное овладение способами ее подготовки и контроля	3	0,25		8		
8	Звучащая речь и её особенности	3		0,5	8		
9	Этика и психология речевой коммуникации	3		0,5	8		
10	Основы полемического мастерства	3		0,5	8		

11	Речевые тактики в связях с общественностью и рекламе	3	1	0,5	14		
							Зачет
Итого часов:			2	4	102		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе».

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

В ходе изучения дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» студенты слушают лекции, в том числе лекции с опорой на самостоятельные источники по проблеме, участвуют в обсуждении тем курса во время практических занятий, по группам выполняют практические задания, участвуют в деловых играх и дискуссии.

Текущий контроль осуществляется на практических занятиях в форме оценки ответов студентов на вопросы по изучаемым темам, оценки выполнения ими практических творческих заданий и итогам самостоятельной работы. Текущий контроль включает в себя также оценку за эссе по предложенным темам и презентацию, выполняемые студентами в индивидуальном порядке. Кроме этого, оценивается участие студентов в деловых играх, групповой учебной дискуссии.

Самостоятельная работа учащихся в процессе изучения дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» предполагает:

- изучение конспекта лекций, учебной и научной литературы по курсу;
- изучение учебных пособий, сопоставление различных точек зрения по той или иной проблеме, разработку отдельных тем дисциплины;

- выполнение студентами учебных заданий, тестов для самоконтроля и ответы на контрольные вопросы;

- подбор иллюстраций применения приемов аргументации в современной рекламе; - самоанализ речевой деятельности;

- освоение основных элементов коммуникативного мастерства.

Примерные вопросы для самоподготовки

1. Речевая коммуникация.
2. Разновидности национального языка.
3. Речевая норма и культура речи.
4. Совершенствование навыков чтения.
5. Совершенствование навыков слушания.
6. Совершенствование навыков письменной речи.
7. Совершенствование навыков устной речи.
8. Этика речевой коммуникации.
9. Психология речевой коммуникации.
10. Невербальные средства общения.
11. Речевые тактики.

Темы рефератов

1.Публичная речь в современном мире.

2.Виды речевого общения.

3. Говорение и его основные функции.

4. Развитие навыков чтения.

5. Слушание как вид речевой деятельности.

6. Письмо как продуктивный вид речевой деятельности.

7. Виды диалогов.

8. Вербальное и невербальное общение.

9. Конфликтные ситуации в коммуникации.

10. Этика речевой коммуникации.

11. Культура дискутивно-полемического мастерства.

Перечень вопросов для зачета

1. Что такое коммуникация? Каковы функции языка и речи?

2. Какие виды общения вы знаете?

3.Чем характеризуется речевая деятельность? Какие этапы выделяются в реализации речевого действия?

4. Что такое контекст речевого общения?

5. Какие задачи решает человек в процессе общения?

6. Перечислите виды речевой деятельности.

7. Какой язык называется общенародным, или национальным? Каковы разновидности национального языка?

8. Перечислите функциональные стили языка и охарактеризуйте их. Расскажите о территориальных диалектах, просторечии, жаргонах.

10. Что такое лексика? Расскажите об активной и пассивной лексике, о составе лексики русского языка.

11. Что называется речевой нормой? Каковы критерии культуры речи?

12. Расскажите о чтении как виде речевой деятельности.

13. Расскажите о способах фиксации прочитанной информации.

14. Расскажите о слушании как виде речевой деятельности.

15. Расскажите о совершенствовании навыков письменной речи.

17. Расскажите о возможностях совершенствования навыков устной речи.

18. Какие функциональные области выделяют в речеобразовании?

19. Расскажите о дикции. Какова методика исправления дефектов дикции?

20. Расскажите о технике речи, голосе человека, требованиях к профессиональным качествам голоса.

21. Расскажите об интонации как средстве языка.

22. Какие невербальные средства общения вы знаете? Что передаётся по невербальным каналам?

23. Какие зоны общения выделяются в невербальной коммуникации?

24. Расскажите о проблемах межкультурной коммуникации.

25. Что такое риторика? Где и когда она возникла? На знания каких наук опирается современная риторика?

26. Факторы, мешающие эффективно слушать и воспринимать сообщение говорящего.

27. Способы речевого воздействия на личность.

28. Коммуникативные качества речи.

29. Риторические приемы в публичном выступлении.

30. Расскажите о речевом этикете.

31. Расскажите об этике письменной речи.

32. Расскажите об этике слушания.

33. Расскажите о психологических особенностях речевой коммуникации.

34. Какие типы коммуникабельности людей можно выделить?

35. Расскажите о речевой стратегии и речевых тактиках.

36. Расскажите об известных вам полемических приемах.

37. Расскажите о речевых тактиках в рекламе и связях с общественностью.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Барчуков И.С. Речевая коммуникация: учеб. пособие / И.С. Барчуков, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев ; М-во образования и науки РФ, Акад. повышения квалификации и проф. переподгот. работников образования. - М.: АПК и ППРО Academia, 2010.

2. Шарков, Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=621689

2. Волкова М.С. Риторика (Ораторское искусство): курс лекций : для направлений подгот. 032400.68, 034600.62, 100400.62, 230700.62, 080200.62, 034300.62: утв. и рек. эмс гуманитар. ин-та фгбоу впо "ргуфксмит" / М.С. Волкова; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2014.

3. Титова Л.Г. Деловое общение: учебное пособие / Л.Г. Титова. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-009-3; То же [Электронный ресурс]. – URL: ht5.

4. Штукарева Е.Б. Культура речи и деловое общение : учебное пособие / Е.Б. Штукарева ; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). – Москва : Перо, 2015. – 315 с. : ил., с табл. - ISBN 978-5-906853-06-2; То же [Электронный ресурс]. – URL: http//biblioclub.ru/index.php? page=book&id=445886tp//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436853

5. Суворова Н.Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе : практикум для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» / Н.Н. Суворова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 80 с. - ISBN 978-5-4475-9178-6 ; То же [Электронный ресурс]. –
URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213

б) Дополнительная литература:

1. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация:Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2001.
2. Кипнис М. Тренинг коммуникации. – М.: Ось-89, 2004.
3. Введенская Л.А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001.
4. Казарцева О.М. Культура речевого общения: теория и практика обучения: Учебное пособие. – М.: Флинта, Наука, 1998.
5. Каверин Б.И., Демидов И.В. Ораторское искусство: Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
6. Львов М.Р. Риторика. Культура речи: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по пед. спец. блок ГСЭ: Рек. УМО по спец. пед. образования/ Львов М.Р.- М.: ACADEMIA, 2003.
7. Петров О.В. Ораторское искусство: Учебник / О.В.Петров; Моск. Гос. Юрид. Акад. – М.: Проспект, 2004.
8. Риторика или Ораторское искусство: Учеб. Пособие для студентов вузов: Рек. Умц / авт. – Кузнецов И.Н. – М.: Юнити-Дана, 2004.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://www.ritorica.info
2. http://www.ru/rhetoric
3. http://www.master-ritor.ru
4. http://www.gramota.ru
5. http://ru-release.livejournal.com/
6. http://pishu-statyu-i.livejournal.com/
7. http://pishu-pravilno.livejournal.com/

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Для материально-технического обеспечения дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» имеются

мультимедийные классы, включающие специализированное оборудование: проектор, экран.

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

3. В библиотеке РГУФКСМиТ имеется литература, указанная в данной программе в разделе 6 (а, б).

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) Б1.0.36 «Речевая коммуникация в связях с общественностью и

рекламе» для обучающихся Гуманитарного института 2 курса направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) Спортивная реклама и PR очной, заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра иностранных языков и лингвистики

Сроки изучения дисциплины (модуля): 4 семестр (очная форма), 3 семестр (заочная форма)

Форма промежуточной аттестации: зачет.

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Теория и практика речевой коммуникации. Основные понятия теории речевой коммуникации» (репродуктивные задачи и задания, ролевые игры, тренинги, монологическое высказывание).*	*27 неделя*	*3*
2	*Выполнение практических заданий на семинаре по разделам «Совершенствование основных видов речевой деятельности» (репродуктивные задачи и задания, ролевые игры, тренинги).*	*28-29 неделя*	*6*
3	*Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Речевая норма и культура речи» (тренинги).*	*30 неделя*	*3*
4	*Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Невербальная коммуникация» (тренинги).*	*31 неделя*	*3*
5	*Коллоквиум и выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Проблемы межкультурной коммуникации» (репродуктивные задачи и задания, ролевые игры, тренинги).*	*32 неделя*	*3*
6	*Коллоквиум и выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Ораторское мастерство: история и современность» (репродуктивные задачи и задания, ролевые игры, тренинги, монологическое высказывание).*	*33 неделя*	*3*
7	*Выступление с докладом на семинаре по разделу «Ораторское мастерство: история и современность».*	*34 неделя*	*6*
8	*Презентация к докладу по теме «Основы мастерства публичного выступления»*	*34 неделя*	*7*

[1]

9	*Коллоквиум и выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Механизмы порождения и восприятия речи и сознательное овладение способами ее подготовки и контроля» (репродуктивные задачи и задания, ролевые игры, тренинги).*	*35 неделя*	*3*
10	*Коллоквиум и выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Звучащая речь и ее особенности» (репродуктивные задачи и задания, ролевые игры, тренинги).*	*36-37 недели*	*6*
11	*Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Этика и психология речевой коммуникации» (репродуктивные задачи и задания, ролевые игры, тренинги).*	*38 неделя*	*3*
12	*Коллоквиум и выполнение практических заданий по разделу «Культура дискутивно-полемической речи» (групповая дискуссия).*	*39 неделя*	*3*
13	*Выполнение практических заданий на семинаре по разделу «Речевые тактики в связях с общественностью и рекламе» (репродуктивные задачи и задания, ролевые игры, тренинги).*	*40-41 недели*	*6*
14	*Тесты по дисциплине (модулю) «Культура речи и методика делового общения»*	*33 неделя*	*10*
15	*Написание и защита реферата по предложенным темам*	*36-41 недели*	*15*
	Зачёт		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выполнение практических заданий по разделу «Совершенствование основных видов речевой деятельности», пропущенному студентом*	*10*
2	*Выполнение практического задания по разделу «Речевая норма и культура речи», пропущенному студентом*	*9*
3	*Выполнение практического задания по разделу «Механизмы порождения и восприятия речи и сознательное овладение способами ее подготовки и контроля», пропущенному студентом*	*9*
4	*Написание реферата по теме «Речевые тактики в связях с общественностью и рекламе», пропущенной студентом*	*12*
5	*Презентация по теме «Ораторское мастерство: история и современность», пропущенной студентом*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы) дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе».

– Для обучающихся, пропустивших занятия, предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплине (модулю) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», завершающейся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Шкала успеваемости по дисциплине (модулю) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Гуманитарный институт

Кафедра иностранных языков и лингвистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.0.36 «РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ»

Направление подготовки: 38.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная и заочная

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 3 зачетных единицы.

2. **Семестр освоения дисциплины (модуля):** 4 семестр (очная форма), 3 семестр (заочная форма).

3.Цель освоения дисциплины (модуля): обучить учащихся основам речевого общения путем совершенствования навыков всех видов речевой деятельности; вооружить основами знаний в области риторики, повысить у студентов уровень владения языком, реальное речевое мастерство, умение пользоваться речью как средством общения и передачи информации, важнейшим инструментом профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, т.е. подготовить коммуникативно грамотного выпускника, обладающего профессиональной коммуникативной компетенцией.

4.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю): В результате освоения дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» обучающийся должен быть:

- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);

- способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1).

5.Краткое содержание дисциплины (модуля) «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе»:

Раздел 1. Теория и практика речевой коммуникации. Основные понятия теории речевой коммуникации
Раздел 2. Совершенствование основных видов речевой деятельности
Раздел 3. Речевая норма и культура речи
Раздел 4. Невербальная коммуникация
Раздел 5. Проблемы межкультурной коммуникации
Раздел 6. Ораторское мастерство: история и современность
Раздел 7. Механизмы порождения и восприятия речи и сознательное овладение способами ее подготовки и контроля
Раздел 8. Звучащая речь и её особенности
Раздел 9. Этика и психология речевой коммуникации
Раздел 10. Основы полемического мастерства
Раздел 11. Речевые тактики в связях с общественностью и рекламе

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теория и практика речевой коммуникации. Основные понятия теории речевой коммуникации	4	1	2	4		
2	Совершенствование основных видов речевой деятельности	4	1	4	4		
3	Речевая норма и культура речи	4	1	2	4		
4	Невербальная коммуникация	4	2	2	4		
5	Проблемы межкультурной коммуникации	4	1	2	2		
6	Ораторское мастерство: история и современность	4	4	4	10		
7	Механизмы порождения и восприятия речи и сознательное овладение способами ее подготовки и контроля	4	2	2	6		
8	Звучащая речь и ее особенности	4	2	4	4		
9	Этика и психология речевой коммуникации	4	2	2	4		
10	Основы полемического мастерства	4	2	2	6		
11	Речевые тактики в связях с общественностью и рекламе	4	2	4	10		
		4					Зачет
Итого часов:			**20**	**30**	**58**		

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теория и практика речевой коммуникации. Основные понятия теории речевой коммуникации	3	0,25		10		
2	Совершенствование основных видов речевой деятельности	3	0,25	0,5	10		
3	Речевая норма и культура речи	3		0,25	10		
4	Невербальная коммуникация	3		0,25	10		
5	Проблемы межкультурной коммуникации	3	0,25		4		
6	Ораторское мастерство: история и современность	3	2	1	12		
7	Механизмы порождения и восприятия речи и сознательное овладение способами ее подготовки и контроля	3	0,25		8		
8	Звучащая речь и её особенности	3		0,5	8		
9	Этика и психология речевой коммуникации	3		0,5	8		
10	Основы полемического мастерства	3		0,5	8		

11	Речевые тактики в связях с общественностью и рекламе	3	1	0,5	14		
							Зачет
Итого часов:			**2**	**4**	**102**		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

«Б1.О.37 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от « 26 » сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_ рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № 29 от «05»июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_ рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

. Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
_ рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № от « » 20 г.

Составитель:
__ **Шапинская Екатерина Николаевна, доктор философских наук, профессор,** профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент: Кошелева Анна Владимировна, доктор культурологи, зав. Кафедрой рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.О.37 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

является: ознакомить студентов с основами проектной деятельности в сфере ФК и сорта, с основными информационными технологиями в проектировании, выявить роль коммуникационного проектирования в области ФК и спорта. Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к модулю базовых дисциплин. Дисциплина «Б1.О.37 Основы управления проектами в рекламе и связях с читается по очной форме обучения – на 4 курсе в 8 семестре, по заочной – на 5 курсе, в 10 семестре. Усвоению дисциплины способствует изучение таких дисциплин как «Теория и практика связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникации».. Освоение учебного материала программы способствует эффективному параллельному и последующему прохождению таких дисциплин: «Репутационный PR в сфере спорта», «Создание рекламных текстов», «Маркетинговые исследования».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-1	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	8		10
УК-1.1	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения			

	информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.			
УК-1.4	УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках			
УК-1.6	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	8		11
ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника- ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях			
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира			
ОПК-5.3	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком- муникационной системы			

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3_**зачетные единицы**, 108 **академических часа**.

Очная форма обучения.

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Раздел 1. Виды и формы коммуникаций	**8**	**4**	**4**	**14**		

2	Раздел 2. Коммуникационные проекты в современном информационном пространстве	**8**	**4**	**6**	**16**		**Экзамен**
3	Раздел 3. Проектирование в сфере СО и рекламы.	**8**	**4**	**4**	**20**		
4	Раздел 4. Коммуникационный менеджмент		**4**		**22**		
Итого часов:			**16**	**20**	**72**	**9**	

Заочная форма обучения

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Раздел 1. Виды и формы коммуникаций	10	2	2	20	-	
2	Раздел 2. Коммуникационные проекты в современном информационном пространстве	10		4	20	-	
3	Раздел 3. Проектирование в сфере СО и рекламы	10	2	2	20	-	
4	Раздел 4. Коммуникационный менеджмент	10		2	25	9	**Экзамен**
Итого часов:			**4**	**28**	**85**	**9**	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Перечень вопросов к экзамену

1.Роль коммуникационных технологий в современном обществе.

2. Виды и формы коммуникационных технологий

3. Процессы информатизации в современном обществе

4.История коммуникационных технологий

5. Основные этапы развития коммуникационных технологий.

6. Средства коммуникационных технологий, их классификация.

7. Субъекты коммуникационных технологий.

8. Целевые аудитории коммуникационных технологий.

9.Этапы разработки коммуникационных технологий.

10. Структурные элементы коммуникационных технологий

11. Реклама как коммуникационная технология.

12. Маркетинговые коммуникации и коммуникационные технологии.

13. Роль имиджеологии в коммуникационных технологиях

14. Роль коммуникационных технологий в немедийных коммуникациях

15. Особенности коммуникационных технологий в сфере ФК и спорта.

16. Использование коммуникационных технологий в продвижении спортивного события

17. Влияние коммуникационных технологий на восприятие спорта в массовом сознании.

18. ФК и спорт как коммуникационное пространство.

19. Коммуникационные потоки.

20. Конструкция имиджа спортсмена при помощи КТ.

21. Новые тенденции в развитии КТ в эпоху глобализации.

22. Коммуникационные технологии и новые медиа.

Вопросы для самостоятельной работы.

1.Основные понятия управления проектами.

2. Разновидности, признаки, классификации и особенности проектов.

3. Основы планирования.

4. Цель проекта и границы проекта (project scope).

5. Описание конечных результатов (базис) проекта.

6. Организация управления проектами.

7. Характеристика внешней среды проекта (организация-инициатор, локальная и макроэкономическая среда).

8. Типы организационных структур.

9. Типы организационных культур.

10. Управление проектными командами. Участники проекта.

11. Управление временем проекта. Сроки реализации проекта. Ключевые вехи проекта. Календарный план проекта.

12. Управление рисками в проекте. Выявление и оценка риска в проекте.

13. Матрица анализа рисков и матрица реагирования на риск.

14. SWOT-анализ наиболее сложных объектов управления. PERT-моделирование

15. Управление ресурсами и стоимостью.

16. Характеристика используемых ресурсов (денежных и материальных).

17. Управление коммуникациями.

18. Человеческие ресурсы. Система мотивации, поощрения и взыскания.

19. Распределение информационных потоков между участниками проектной команды и/или другими участниками проекта.

20. Управление изменениями и контроль выполнения работ по проекту.

21. Формы контроля хода работ.

22. Формы текущей, промежуточной и финальной отчетности.

23. Измерение и оценка состояния и хода выполнения работ. Контроль процесса.

24. Управление качеством. Методы контроля качества работ. Измерение качества.

Темы для презентаций.

1. Подготовка информационного пакета для прессы.
2. Подготовка пресс-релиза
3. Информационное письмо, биография, фотографии

4. Заявления для прессы и коммюнике
5. Деловые письма
6. Проведение специального мероприятия.
7. Коммуникационная программа
8. Анализ речевой ситуации
9. Создание модели речевого имиджа
10. Организация выступления

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 97 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=428741

2. Грудкин, А.А. Управление проектами: учебник / А.А. Грудкин .— Орёл : Изд-во Орел ГАУ, 2015 .— 316 с. https://lib.rucont.ru/efd/349363/info

3. Зуб, А. Т. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. https://urait.ru/book/upravlenie-proektami-533205

4. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающимся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггз а, П. Кобли; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА , 2015. — 550 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114784

5. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 431 с. [Электронный ресурс]. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1

6. Чумиков А.Н. Медиа рилейшнз : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 184 с.

б) Дополнительная литература:

1. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информ. войн: учеб. пособие для студентов вузов 030600 и специальности 030601 и направлению подгот. ВПО 031300: рек. УМО по клас. универ. образованию / Георгий Вирен. - М.: Аспект пресс, 2013. - 126 с.: ил.

2.Гришанина, А.Н. Спорт для всех: медийные ресурсы в продвижении спортив.-массовых мероприятий / А.Н. Гришанина, Г.С. Мельник, Н.О. Свешникова // Теория и практика физ. культуры. - 2016. - № 8. - С. 59-61.

3. Киуру, К.В. Формирование медиакомпетентности студентов в образовательном процессе вуза физической культуры / К.В. Киуру, Е.Е. Попова // Теория и практика физ. культуры. - 2016. - № 5. - С. 30-32.

5. Паук, А.С. Интеграция коммуникаций в социальных медиа с целью продвижения спортивного продукта / Паук А.С. // Всероссийский форум "Молодые ученые - 2010" : материалы. - М., 2010. - С. 251.

6.Плониш, В.Ю. Теория и практика массовой информации: учеб. пособие / В.Ю. Плониш ; С.-Петерб. ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права, О-во "Знание" Санкт-Петербурга и Ленинград. обл. - СПб.: [ИВЭСЭП], 2005. - 167 с.

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Журнал "Журналист". - http://www.jrnlst.ru/
2. Журнал "PR в России". - http://www.prjournal.ru/
3. Журнал "Медиа. Информация. Коммуникация". - http://mic.org.ru/arh
4. Сводная медиатека по журналистике. - https://vk.com/bibliosmi

3. Научная электронная библиотека https://elibrary.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет- версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.О.37 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

для обучающихся Гуманитарного института 4 курса направления подготовки/ специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью ***направленности (профилю)*** – «Спортивная реклама и PR» *очной, заочной* ***формы обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.

Сроки изучения дисциплины (модуля): 8 семестр.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведениян а очной форме обучения (в неделях)**[1]	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по теме 1 "Виды и формы коммуникационных кампаний."*	*30 неделя*	*10*
2	*Выполнение практического задания (Провести анализ изменений информационных систем, применяемых в медиапространстве) по теме 2 «Коммуникационные кампании в масс медиа»*	*33 неделя*	*10*
3	*Написание реферата по теме 3«Коммуникационный менеджмент »(на примере по выбору студента)*	*36неделя*	*15*
4	*Презентация по теме 4"* Коммуникационные кампании в социальных медиа*" (на примере по выбору студента)*	*39 неделя*	*10*
5	*Выполнение практического задания (Разработать проект рассылки рекламы) по теме 5 "* Разработка плана коммуникационной кампании*"*	*42 неделя*	*10*
6	*Презентация по теме 4"* Эффективность коммуникационных кампаний*" (на примере по выбору студента)*	*44 неделя*	*15*
7	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по семестру		**80 баллов**

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	Зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по теме «Виды коммуникационных кампаний»*	*10*
2	*Эссе по теме, пропущенной студентом*	*10*
3	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
4	*Выполнение практического задания (Разработка рекламных материалов при помощи графических редакторов) по теме "* План коммуникационной кампании*"*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			

Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.О.37 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»
шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*
Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)**составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля): 8** семестр для очного, 10 – для заочного отделения

Цель освоения дисциплины (модуля): Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.О.37 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» является: ознакомить студентов с основами проектной деятельности в сфере ФК и сорта, с основными информационными технологиями в проектировании, выявить роль коммуникационного проектирования в области ФК и спорта. Дисциплина реализуется на русском языке.

3. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю):**

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-1	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	8		10
УК-1.1	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.			
УК-1.4	УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках			
УК-1.6	Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	8		11
ОПК-	Знает совокупность политических, экономических			

5.1.	факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа-коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях			
ОПК-5.2	Выявляет политические и экономические механизмы функционирования медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира			
ОПК-5.3	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы			
ОПК-5.3	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы			

4. Краткое содержание дисциплины (модуля):

Очная форма обучения.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Виды и формы коммуникаций	**8**	**4**	**4**	**14**		
2	Раздел 2. Коммуникационные проекты в современном информационном пространстве	**8**	**4**	**6**	**16**		**Экзамен**
3	Раздел 3. Проектирование в сфере СО и рекламы.	**8**	**4**	**4**	**20**		
4	Раздел 4. Коммуникационный менеджмент		**4**		**22**		
Итого часов:			**16**	**20**	**72**	**9**	

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Раздел 1. Виды и формы коммуникаций	10	2	2	20	-	
2	Раздел 2. Коммуникационные проекты в современном информационном пространстве	10		4	20	-	
3	Раздел 3. Проектирование в сфере СО и рекламы	10	2	2	20	-	
4	Раздел 4. Коммуникационный менеджмент	10		2	25	9	**Экзамен**
Итого часов:			**4**	**28**	**85**	**9**	

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.О1., РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного Института РГУФКСМиТ
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «26» августа 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 23 от «19» мая 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № 1 от «02» сентября 2021 г.

Составитель:
Мысенко Галина Владимировна - кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта» является: обучение студентов теоретическим основам рекламного дела и особенностями спортивной рекламы, ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области связей с общественностью, выработка у них практических навыков эффективного использования рекламных и PR технологий в сфере спорта. Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к разряду модуля профильных дисциплин вариативной части – Б1.В.01. Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта» читается:

- по очной форме обучения – на втором, третьем и четвертом курсе в третьем, четвертом, пятом, шестом и седьмом семестрах;
- по заочной форме обучения – на третьем, четвертом и пятом курсах в пятом, шестом, седьмом, восьмом и девятом семестрах.

Представляет цикл гуманитарных социально-экономических дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой студентов Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Освоение учебного материала программы способствует эффективному параллельному и последующему прохождению других дисциплин, таких как: «Теория и практика связей с общественностью», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов PR в сфере ФКиС», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных и общественных организациях», «Имиджевая реклама», «Создание рекламных текстов», «Консалтинг в связях с общественностью», «Проведение PR-кампаний», «Проектирование в рекламе и

СО», «Социальные проекты СО в сфере спорта», «Репутационный PR в сфере спорта», а также практики.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-3	**Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде**	***3-7***		***5-9***
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	*3-7*		*5-9*
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	*3-7*		*5-9*
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	*3-7*		*5-9*
ПК-1	**Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций**	***3-7***		***5-9***
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	*3-7*		*5-9*
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	*3-7*		*5-9*
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	*3-7*		*5-9*
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	*3-7*		*5-9*
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного	*3-7*		*5-9*

	продукта			
ПК-3	**Способ*ен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	***3-7***		***5-9***
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	*3-7*		*5-9*
ПК-4	**Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью**	***3-7***		***5-9***
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	*3-7*		*5-9*
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	*3-7*		*5-9*
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	*3-7*		*5-9*
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	*3-7*		*5-9*
ПК-5	**Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта**	***3-7***		***5-9***
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	*3-7*		*5-9*
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	*3-7*		*5-9*
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	*3-7*		*5-9*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 9 **зачетных единиц**, 324 **академических часа**.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
2 курс							
1	Тема 1. Спорт как продукт.	3	2	2	12		
2	Тема 2. Рынки спортивной индустрии.	3	4	4	12		
	Итого: 36		***6***	***6***	***24***		***зачет***
3	Тема 3. Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта.	4	4	6	6		
4	Тема 4. Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы.	4	2	4	9		
5	Тема 5. Особенности спортивного PR.	4	4	6	6		
6	Тема 6. Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации.	4	-	6	10		
	Итого: 72		***10***	***22***	***31***	***9***	***экзамен***
3 курс							
7	Тема 7. Отношения спортивного движения с идеологией и политикой.	5	4	2	8	-	
8	Тема 8. Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения.	5	2	4	16	-	
	Итого: 36		***6***	***6***	***24***		***зачет***
9	Тема 9. Маркетинговые исследования в сфере спорта	6	2	4	5		
10	Тема 10. Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний	6	2	8	5		

	по продвижению спортивных продуктов						
11	Тема 11. Взаимосвязь спорта и средств массовой информации.	6	2	2	5		
12	Тема 12. Базовые документы при работе со СМИ.	6	2	4	5		
13	Тема 13. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивного мероприятия	6	2	4	11		
	Итого: 72		***10***	***22***	***31***	***9***	***экзамен***
4 курс							
14	Тема 14. Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций.	7	4	6	11		
15	Тема 15. Организация работы с болельщиками	7	4	4	10		
16	Тема 16. Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами.	7	6	6	10		
17	Тема 17. Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена.	7	4	4	10		
18	Тема 18. Особенности продвижения вида спорта.	7	2	6	12		
	Итого: 108		***20***	***26***	***53***	***9***	***экзамен***
	Итого: 324		***52***	***72***	***163***	***27***	

Заочная форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
3 курс							
1	Тема 1. Спорт как продукт.	5	2	2	10		
2	Тема 2. Рынки спортивной индустрии.	5	2	4	16		
	Итого: 36		***4***	***6***	***26***		***зачет***

3	Тема 3. Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта.	6	1	1	6		
4	Тема 4. Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы.	6	1	1	6		
5	Тема 5. Особенности спортивного PR.	6	2	1	6		
6	Тема 6. Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации.	6	-	3	9		
	Итого: 36		***4***	***6***	***27***	***9***	***экзамен***
4 курс							
7	Тема 7. Отношения спортивного движения с идеологией и политикой.	7	2	4	8	-	
8	Тема 8. Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения.	7	2	6	14	-	
	Итого: 36		***4***	***10***	***22***		***зачет***
9	Тема 9. Маркетинговые исследования в сфере спорта	8	1	2	8		
10	Тема 10. Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов	8	0,5	2	10		
11	Тема 11. Взаимосвязь спорта и средств массовой информации.	8	1	2	8		
12	Тема 12. Базовые документы при работе со СМИ.	8	0,5	2	10		
13	Тема 13. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивного мероприятия	8	1	2	13		
	Итого: 72		***4***	***10***	***49***	***9***	***экзамен***
5 курс							
14	Тема 14. Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций.	9	1	2	20		
15	Тема 15. Организация работы с болельщиками	9	0,5	2	30		
16	Тема 16. Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами.	9	1	2	30		

17	Тема 17. Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена.	9	1	2	20		
18	Тема 18. Особенности продвижения вида спорта.	9	0,5	2	21		
	Итого: 144		***4***	***10***	***121***	***9***	***экзамен***
	Итого: 324		***20***	***42***	***242***		

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

<u>Очная</u> форма

2 курс 3 семестр

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие спорта как продукта.
2. Спортивный рынок и его участники.
3. Особенности спортивного продукта как товара.
4. Особенности спортивного продукта как услуги.
5. Потребители спортивных продуктов.
6. Поставщики спортивных товаров и услуг.
7. Инструменты продвижения спортивных продуктов.
8. Каналы воздействия рекламы в спорте.
9. Спортивная индустрия и индустрия спорта.
10. Характеристика рынка спортивных событий.
11. Характеристика рынка спортивных товаров.
12. Характеристика рынка спортивных услуг.

13.Характеристика рынка спортивных сооружений;

14.Характеристика рынка инфраструктуры.

15.Характеристика рынка спортивного спонсорства.

16.Характеристика рынка спортивных кадров.

17.Квази-рынки спортивной индустрии.

18.Маркетинг в сфере государственного управления спорта.

2 курс 4 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Виды маркетинга в спортивной индустрии.
2. Выгоды для клубов и спонсоров от грамотного маркетинга сферы спорта.
3. Виды рекламы в спорте.
4. Носители рекламы в спорте.
5. Поддержка продажи в сфере спорта.
6. Реклама на спортивных площадках.
7. Основные средства распространения спортивной рекламы.
8. Применение права организаторов спортивных мероприятий на использование наименования такого мероприятия и его символики.
9. Особенности рекламы во время трансляции физкультурных и спортивных мероприятий, предусмотренные Федеральным законом "О рекламе".
10. Специфика правил рекламы интеллектуально-коммерческих игр.
11. «Футбольный закон» и его особенности.
12. Общие ограничения, накладываемые на спортивную рекламу уставами и регламентами ряда международных спортивных федераций.
13. История развития связей с общественностью в физической культуре и спорте
14. Роль и значение PR в деятельности спортивных организаций
15. Методы и инструменты работы с общественностью в области физической культуры и спорта

16. Особенности PR-кампаний в спортивной индустрии.

17. Спортивный PR и управление отношениями с заинтересованными лицами.

18. Функции службы PR в спортивном клубе.

19. Работа с болельщиками и внешними организациями

20. Спортсмен как лицо бренда

21. PR-кампании по пропаганде олимпийского движения.

22. Особенности продвижения спортивной организации.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению спортивной организации.

3 курс 5 семестр

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Краеугольные позиции в отношениях между спортом и политикой.
2. Формирование общественного мнения по спортивной тематике.
3. Изменение ценностей спорта под воздействием коммерциализации и профессионализации.
4. Подходы к оценке проблемы коммерциализации олимпийского спорта.
5. Негативные последствия коммерциализации и профессионализации для спорта.
6. Профессионально-коммерческий спорт как своеобразная отрасль шоу-бизнеса.
7. Общекультурные функции профессионального спорта.
8. Отличительные особенности профессионального спорта.
9. Этические проблемы спорта.
10. PR-технологии формирования общественного мнения по проблеме Fair-Play («справедливая игра»).
11. Допинговые проблемы современного спорта.
12. Проблема справедливости судейства и соблюдение принципов Олимпийской хартии.

13. Участие в «договорных матчах» как угроза репутации спортсменов и спортивных клубов.

14. Роль PR в распространении «идеалов олимпизма».

3 курс 6 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Особенности маркетинговых исследований в сфере спорта.
2. Направления исследования при продвижении спортивных продуктов.
3. Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов.
4. Роль СМИ в развитии современного спортивного движения.
5. Развитие отношений спорта со СМИ.
6. Функционал пресс-атташе спортивной организации.
7. Проблемы и противоречия в освещении СМИ спортивных событий и видов спорта.
8. Кодекс чести спортивного журналиста.
9. Общая характеристика базовых документов PR при работе со СМИ.
10. Основные моменты подготовки PR-материалов.
11. Пресс-релиз как основной PR-документ во взаимодействии со СМИ.
12. Информационное письмо (backgrounder): характеристика, требования к составу и содержанию.
13. Фактическая справка (fact sheet) и биография: цели применения.
14. Предназначение, характер и формы заявления для прессы.
15. Задачи пресс-кита.
16. Стиль занимательной статьи.
17. Использование случая из жизни (case story) как примера проблемной ситуации.

18. Авторская статья (by-liner) как форма высказывания персонального мнения к важной общественной проблеме.
19. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта.
20. Особенности продвижения спортивного мероприятия

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению спортивного мероприятия.

4 курс 7 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Интернет как канал продвижения.
2. Основные виды интернет-рекламы и PR-инструментов в сети Интернет.
3. Практические аспекты организации продвижения в сети Интернет.
4. Эффективность и стоимость продвижения в Интернете
5. Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет.
6. Использование интернет-ресурсов в деятельности спортивных организаций.
7. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций.
8. Болельщики как основная целевая аудитория спортивной организации.
9. Организация работы с болельщиками.
10. PR-технологии коммуникации с фан-клубами.
11. Способы привлечения зрителей на спортивные мероприятия.
12. Сущность понятия «спонсорство».
13. Эффективность спортивного спонсорства.
14. Субъекты, объекты и посредники спонсорства.
15. Общие вопросы организации спонсорской деятельности.
16. Особенности взаимодействия между спонсором и спортивной организацией.
17. Рекомендации спортивным организациям при работе со спонсорами.
18. Фандрайзинг как инструмент PR.

19. Основные принципы фандрайзинговой деятельности.
20. PR-технологии спортивной организации в кризисных ситуациях.
21. Антикризисный PR спортсмена.
22. Вид спорта как спортивный продукт. Особенности продвижения вида спорта.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению вида спорта.

Заочная форма

3 курс 5 семестр

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие спорта как продукта.
2. Спортивный рынок и его участники.
3. Особенности спортивного продукта как товара.
4. Особенности спортивного продукта как услуги.
5. Потребители спортивных продуктов.
6. Поставщики спортивных товаров и услуг.
7. Инструменты продвижения спортивных продуктов.
8. Каналы воздействия рекламы в спорте.
9. Спортивная индустрия и индустрия спорта.
10. Характеристика рынка спортивных событий.
11. Характеристика рынка спортивных товаров.
12. Характеристика рынка спортивных услуг.
13. Характеристика рынка спортивных сооружений;
14. Характеристика рынка инфраструктуры.
15. Характеристика рынка спортивного спонсорства.
16. Характеристика рынка спортивных кадров.
17. Квази-рынки спортивной индустрии.
18. Маркетинг в сфере государственного управления спорта.

3 курс 6 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Виды маркетинга в спортивной индустрии.
2. Выгоды для клубов и спонсоров от грамотного маркетинга сферы спорта.
3. Виды рекламы в спорте.
4. Носители рекламы в спорте.
5. Поддержка продажи в сфере спорта.
6. Реклама на спортивных площадках.
7. Основные средства распространения спортивной рекламы.
8. Применение права организаторов спортивных мероприятий на использование наименования такого мероприятия и его символики.
9. Особенности рекламы во время трансляции физкультурных и спортивных мероприятий, предусмотренные Федеральным законом "О рекламе".
10. Специфика правил рекламы интеллектуально-коммерческих игр.
11. «Футбольный закон» и его особенности.
12. Общие ограничения, накладываемые на спортивную рекламу уставами и регламентами ряда международных спортивных федераций.
13. История развития связей с общественностью в физической культуре и спорте
14. Роль и значение PR в деятельности спортивных организаций
15. Методы и инструменты работы с общественностью в области физической культуры и спорта
16. Особенности PR-кампаний в спортивной индустрии.
17. Спортивный PR и управление отношениями с заинтересованными лицами.
18. Функции службы PR в спортивном клубе.
19. Работа с болельщиками и внешними организациями
20. Спортсмен как лицо бренда
21. PR-кампании по пропаганде олимпийского движения.

22. Особенности продвижения спортивной организации.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению спортивной организации.

4 курс 7 семестр

Зачет

Перечень вопросов к зачету

1. Краеугольные позиции в отношениях между спортом и политикой.
2. Формирование общественного мнения по спортивной тематике.
3. Изменение ценностей спорта под воздействием коммерциализации и профессионализации.
4. Подходы к оценке проблемы коммерциализации олимпийского спорта.
5. Негативные последствия коммерциализации и профессионализации для спорта.
6. Профессионально-коммерческий спорт как своеобразная отрасль шоу-бизнеса.
7. Общекультурные функции профессионального спорта.
8. Отличительные особенности профессионального спорта.
9. Этические проблемы спорта.
10. PR-технологии формирования общественного мнения по проблеме Fair-Play («справедливая игра»).
11. Допинговые проблемы современного спорта.
12. Проблема справедливости судейства и соблюдение принципов Олимпийской хартии.
13. Участие в «договорных матчах» как угроза репутации спортсменов и спортивных клубов.
14. Роль PR в распространении «идеалов олимпизма».

4 курс 8 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Особенности маркетинговых исследований в сфере спорта.
2. Направления исследования при продвижении спортивных продуктов.
3. Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов.
4. Роль СМИ в развитии современного спортивного движения.
5. Развитие отношений спорта со СМИ.
6. Функционал пресс-атташе спортивной организации.
7. Проблемы и противоречия в освещении СМИ спортивных событий и видов спорта.
8. Кодекс чести спортивного журналиста.
9. Общая характеристика базовых документов PR при работе со СМИ.
10. Основные моменты подготовки PR-материалов.
11. Пресс-релиз как основной PR-документ во взаимодействии со СМИ.
12. Информационное письмо (backgrounder): характеристика, требования к составу и содержанию.
13. Фактическая справка (fact sheet) и биография: цели применения.
14. Предназначение, характер и формы заявления для прессы.
15. Задачи пресс-кита.
16. Стиль занимательной статьи.
17. Использование случая из жизни (case story) как примера проблемной ситуации.
18. Авторская статья (by-liner) как форма высказывания персонального мнения к важной общественной проблеме.
19. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта.
20. Особенности продвижения спортивного мероприятия

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению спортивного мероприятия.

5 курс 9 семестр

Экзамен

Перечень вопросов и заданий к экзамену

Теоретическая часть

1. Интернет как канал продвижения.
2. Основные виды интернет-рекламы и PR-инструментов в сети Интернет.
3. Практические аспекты организации продвижения в сети Интернет.
4. Эффективность и стоимость продвижения в Интернете
5. Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет.
6. Использование интернет-ресурсов в деятельности спортивных организаций.
7. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций.
8. Болельщики как основная целевая аудитория спортивной организации.
9. Организация работы с болельщиками.
10. PR-технологии коммуникации с фан-клубами.
11. Способы привлечения зрителей на спортивные мероприятия.
12. Сущность понятия «спонсорство».
13. Эффективность спортивного спонсорства.
14. Субъекты, объекты и посредники спонсорства.
15. Общие вопросы организации спонсорской деятельности.
16. Особенности взаимодействия между спонсором и спортивной организацией.
17. Рекомендации спортивным организациям при работе со спонсорами.
18. Фандрайзинг как инструмент PR.
19. Основные принципы фандрайзинговой деятельности.
20. PR-технологии спортивной организации в кризисных ситуациях.
21. Антикризисный PR спортсмена.
22. Вид порта как спортивный продукт. Особенности продвижения вида спорта.

Практическая часть

Защита проекта кампании по продвижению вида спорта.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031.

2. Карпова, С.В. Рекламное дело: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата, для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям: рек. УМО высш. образования / С.В. Карпова; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 431 с.: ил.

3. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093.

4. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью": доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.: ил.

5. Шарков, Ф.И. Паблик Рилейшнз: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью": рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. международ. отношений / Ф.И. Шарков; Международ. ун-т бизнеса и управления. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 329 с.

б) Дополнительная литература:

1. Абросимов Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании - Москва: Лаборатория книги, 2012

2. Алексеев, С.В. Спортивный маркетинг: Правовое регулирование: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 032101, 080111, 030500: рек.

УМЦ "Проф. учеб.": рек. Науч.-исслед. ин-том образования и науки : рек. Науч.-метод. советом по физ. культуре М-ва образования и науки РФ / С.В. Алексеев ; под ред. заслуж. юриста РФ, д-ра юрид. наук, проф. П.В. Крашенинникова; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М.: Закон и право: Юнити-Дана, 2015. - 640 с.: рис., табл.

3. Антипов, К.В. Паблик рилейшнз: учеб. пособие / Изд. дом "Дашков и К.". - 3-е изд., перераб. и доп. - М., 2002. - 145 с.

4. Афанасьев, Г.С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг / Г.С. Афанасьев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 108 с. - ISBN 978-5-504-00802-8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178

5. Багиев, Г.Л. Маркетинг : учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям : рек. М-вом образования и науки РФ / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн ; под ред. Г.Л. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 733 с.: табл.

6. Белов, А. Теория и практика связей с общественностью: [учеб. пособие] / А. Белов. - Ростов н/Д; СПб.: Феникс: Северо-Запад, 2005. - 207 с.: ил.

7. Беркутова, Т.А. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 : доп. умо по образованию в обл. маркетинга / Т.А. Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 254 с.: ил.

8. Блэн, С. Паблик Рилейшнз / Блэн Сэм. - М.: Сирин, 2002. - 201 с.

9. Богданов, В.В. Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз: учебное пособие / В.В. Богданов, И.М. Комарова. - Новосибирск: НГТУ, 2011. - 59 с. - ISBN 978-5-7782-1675-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824 (18.01.2018).

10. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособие / Борисов Борис Леонидович. - М.: Гранд-фаир, 2001. - 618 с.: ил.

11. Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций / А.Д.

Бутакова. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 101 с. - ISBN 978-5-504-00854-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857

12. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. ред.-издат. советом Рос. акад. образования / Д.А. Вылегжанин ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. - 2-е изд., испр. - М.: Флинта: Изд-во Моск. психолог.-соц. ин-т, 2008. - 369 с.: ил.

13. Горчакова, В.Г. Имиджелогия: теория и практика: учебное пособие / В.Г. Горчакова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 335 с.: ил., табл., схемы - Библиогр.: с. 294-310. - ISBN 978-5-238-02095-2 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115022.

14. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 89 с. - ISBN 978-5-905815-49-2 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97274

15. Девлетов, О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов / О.У. Девлетов. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 348 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6473-5; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705.

16. Демешин, Л.В. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности / Л.В. Демешин. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 145 с. - ISBN 978-5-504-00515-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141479

17. Джафаров, К.А. Исследования в рекламе: учебное пособие / К.А. Джафаров. - Новосибирск: НГТУ, 2010. - 92 с. - ISBN 978-5-7782-1462-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957.

18. Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А.С. Ильин. - М.: Кнорус, 2009. - 208 с.: табл.

19. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438.

20. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. 030600, 030601, 031300 : рек. УМО по клас. унив. образованию / Н.Г. Иншакова. - М.: Аспект пресс, 2014. - 256 с.: ил.

21. Исаенко, Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности: учебное пособие / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2012. - 352 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118545.

22. Казакова, М. Реклама / М. Казакова. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 78 с. - ISBN 978–5–905845–04–8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96915

23. Капитонов, Э.А. Корпоративная культура и PR : учеб.-практ. пособие / Э.А. Капитонов, А.Э. Капитонов. - М.; Ростов н/Д: Март, 2003. - 413 с.: ил.

24. Карпова, С.В. Брендинг: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям : доп. УМО высш. образования / С.В. Карпова, И.К. Захаренко ; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 439 с.: ил

25. Катлип Скотт М. Паблик рилейшенз: Теория и практика / Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. - 8-е изд. - М. [и др.]: Вильямс, 2001. - 615 с.: ил.

26. Кондратьев, Э.В. Связи с общественностью: Практикум: учеб. пособие: рек. Редсоветом ун-та / Э.В Кондратьев ; М-во образования и науки РФ, Федерал. агентство по образованию, Пенз. гос. ун-т архит. и строит. - М.: Акад. проект, 2008. - 191 с.: ил.

27. Кондратьев, Э.В. Связи с общественностью: учеб. пособие по спец. "Менеджмент организации", "Маркетинг" : рек. Советом Умо вузов России по образованию в обл. менеджмента: рек. Рос. отд-нием Междунар. ассоц. бизнес-коммуникаций / Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамов. - Изд. 6-е, испр. и доп. - М.: Акад. проект, 2009. - 511 с.: ил.

28. Костина, А.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: электрон. учеб.: рек. Минобрнауки / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Кнорус, 2009. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

29. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: теории технологии: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. 350400 "Связи с общественностью": доп. М-вом образования и науки РФ / В.Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - М.: Аспект-пресс, 2008. - 302 с.

30. Кулаков, А.М. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных и общественных организациях [Электронный ресурс] : метод. указания, задания и учеб. материал для семинар. занятий для студентов 4 курса, обучающихся по направлению 031600.62 : утв. и рек. Эмс Гуманитар. ин-та ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / Кулаков А.М. ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2015

31. Куликов, М.Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки / М.Д. Куликов. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 106 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87036

32. Кунгурцев, К.И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России / К.И. Кунгурцев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 109 с. - ISBN 978-5-504-00190-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141919

33. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием / А.В. Лаптев. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00566-

9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346

34. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учеб. пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вуз. учеб., 2009. - 204 с.

35. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишерз, 2016

36. Матвеев, А.Е. Роль PR-акций в формировании имиджа / А.Е. Матвеев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 127 с. - ISBN 978-5-504-00088-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142361

37. Мельников, А. ATL и BTL технологии / А. Мельников. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 48 с. - ISBN 978–5–905865–98–5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97286

38. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью" : доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Л.В. Минаева. - М.: Аспект пресс, 2010. - 287 с.: ил.

39. Мирошниченко, А.А. Как написать пресс-релиз / А.А. Мирошниченко. - Москва: Книжный мир, 2010. - 128 с. - ISBN 978-5-8041-0428-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89822

40. Моисеев, В.А. Паблик рилейшнз. Теория и практика / Моисеев Вячеслав Анатольевич. - 2-е изд. - М.: ВИРА-Р: Омега-Л, 2001. - 375 с.

41. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" : доп. М-вом образования РФ / А.Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: магистр, 2008. - 397 с.: ил.

42. Музыкант, В.Л. Реклама в действии: стратегии продвижения : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401, 080111 : рек. М-вом образования и науки РФ : рек. Междунар. реклам. ассоц. / В.Л. Музыкант. - 2-е изд., доп. - М.: Эксмо, 2009. - 236 с.: ил.

43. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания / Т.В. Никитин. - Москва Лаборатория книги, 2010. - 80 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257

44. Николаев, А.С. Прогнозирование затрат на рекламу / А.С. Николаев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88505

45. Никулина, С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие / С.А. Никулина. - Москва: Директ-Медиа, 2014. - 170 с. - ISBN 978-5-4458-8658-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650.

46. Ньюсом, Д. Все о PR: Теория и практика паблик рилейшнз / Ньюсом Даг, ВанСлайк Терк Джуди, Крукеберг Дин. - 7-е изд. - М.: Имидж-Контакт: ИНФРА-М, 2001. - 627 с.

47. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям: рек. М-вом образования РФ / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - Изд. 7-е, перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2005. - 525 с.: ил.

48. Песоцкий, Е.А. Реклама: учеб.-практ. пособие / Е.А. Песоцкий. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2009. - 383 с.: ил.

49. Пименов, П.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 350700 реклама: доп. М-вом образования РФ / П.А. Пименов. - М.: Гардарики, 2005. - 399 с.

50. Плиский, Н.Н. Реклама: Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования / Н.Н. Плиский. - Изд. 2-е. - М.: Ленанд, 2016. - 179 с.

51. Пономарева, А.М. Рекламная деятельность: Организация, планирование, оценка эффективности: учеб. пособие / А.М. Пономарева. - М.; Ростов н/Д: Март, 2004. - 238 с.: табл.

52. Понявин, А.В. Олимпийский маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061500 "маркетинг" И 350700 "Реклама" : рек. УМЦ "Проф. учеб." / А.В. Понявин. - М.: Юнити, 2005. - 127 с.: табл.

53. Постовская, Я.А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы / Я.А. Постовская. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 165 с. - ISBN 978–5–905815–47–8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295.

54. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - 2-е изд., испр. - Киев: РЕФЛ-бук: Ваклер, 2001. - 622 с.: табл.

55. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651.

56. Прошкина, Т.П. Маркетинг: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования : доп. М-вом образования РФ / Т.П. Прошкина. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 315 с.: табл.

57. Рекламная деятельность: учеб. для студентов вузов / Изд.-торг. корпорация Дашков и К. - 5-е изд. перераб. и доп. - М., 2002. - 362 с.: ил.

58. Ромат, Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. - 2-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 207 с.: ил.

59. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - Москва : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470.

60. Рыбаков, Ю.П. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии / Ю.П. Рыбаков. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 161 с. - ISBN 978-5-504-00762-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141873

61. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров, студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью": доп. Умо

вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Л.С. Сальникова. - М.: Юрайт, 2013. - 303 с.: табл.

62. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Шпаргалка. - М.: РИОР, [2010]. - 124 с.

63. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями: учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России; под ред. Л.С. Сальникова. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 445 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9406-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378 .

64. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 и специальности 030601: доп. УМО по классич. унив. образованию / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберга. - М.: Аспект пресс, 2011. - 198 с.: табл.

65. Старикова, Ю.А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз): Конспект лекций: учебное пособие / Ю.А. Старикова. - Москва: А-Приор, 2010. - 95 с. - ISBN 978-5-384-00373-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56308.

66. Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы: учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - ISBN 978-5-7996-0565-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874.

67. Талецкий, П.П. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг / П.П. Талецкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 90 с. - ISBN 978-5-504-00296-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140844

68. Теория и практика связей с общественностью: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" : рек. УМО по образованию в обл. междунар. отношений

МГИМО (Ун-т) МИД РФ по связям с общественностью / А.В. Кочеткова [и др.]. - 2-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 233 с.: табл.

69. Тимофеев, М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): учеб. пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: РИОР, [2010]. - 192 с.: табл.

70. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422.

71. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л.Е. Трушина. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 246 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01087-3 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360 .

72. Ученова, В.В. История отечественной рекламы: 1917-1990: учеб. пособие по дисциплине "Основы рекламы и паблик рилейшнз" для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и спец. 021400 "Журналистика" : доп. УМО по клас. унив. образованию = History of russian advertising : 1917-1990: Textbook / В.В. Ученова. - М.: ЮНИТИ. UNITI, 2004. - 287 с.: ил.

73. Учёнова, В.В. История рекламы: учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 495 с.: ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298 (18.01.2018).

74. Уштанит, Т. Экономическая и психологическая эффективности рекламной деятельности фирмы / Т. Уштанит. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 173 с. - ISBN 978-5-905835-09-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96887

75. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, С. Мориати, Дж. Бернетт; [пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой]. - 7-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 733 с.: ил.

76. Федотова, Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. Связи с общественностью: рек. Умо вузов РФ по образованию в области междунар. отношений / Л.Н. Федотова. - М.: КАМЕРОН, 2005. - 463 с.: табл.

77. Харитонов, М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М.В. Харитонов. - СПб.: Речь, 2008. - 197 с.

78. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 264 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-9044-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726.

79. Цветков, Д.А. Повышение эффективности рекламной деятельности / Д.А. Цветков. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88286

80. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2013. - 173 с.: рис.

81. Чумиков, А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей / А.Н. Чумиков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6019-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635

82. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 157 с.: рис.

83. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 184 с.: рис.246090

84. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2014. - 159 с.: табл.

85. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930 .

86. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044.

87. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 272 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02075-9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896.

88. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" : рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Ф.И. Шарков Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 347 с.

89. Шацкий, П.С. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B / П.С. Шацкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 134 с. - ISBN 978-5-504-00032-9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141474

90. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 128 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651.

91. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством: учебное пособие / под ред. Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. - Москва: Российская политическая энциклопедия, 2012. - 408 с. - (Политология России). - ISBN 978-5-8243-1533-2 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135141.

в)Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Журнал «PR в России». - www.rupr.ru
2. Журнал «Со-общение». - www.soob.ru
3. Журнал «Реклама: теория и практика». - http://www.grebennikoff.ru/product/8/
4. Сайты спортивных федераций, клубов, персональные сайты спортсменов.
5. Сайты СМИ о спорте (http://www.sport.ru/, http://news.sportbox.ru/sport, http://www.topsport.ru/ts/index.asp, http://www.championat.com/, телеканал https://matchtv.ru).

г)Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

– *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система - Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений - Microsoft Office Standard, Microsoft Office Pro (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Microsoft Outlook).

3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.
5. Информационно-правовое обеспечение – Гарант

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС. - www.biblioclub.ru
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС. - www.rucont.ru
3. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ. - www.rsl.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта» ***для обучающихся Гуманитарного института 2, 3, 4 курса*** (по очной форме) ***и 3, 4, 5 курса*** (по заочной форме) ***направления подготовки / специальности*** 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью ***направленности (профилю)*** – «Спортивная реклама и PR» *очной и заочной* ***форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): 3-7 семестры – очная форма обучения
5-9 семестры – заочная форма обучения
Формы промежуточной аттестации: *зачет, экзамен*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]	Максимальное кол-во баллов
	2 курс		
3 семестр			
1	*Выступление с докладом на семинаре по теме 1 «*Спорт как продукт*»*	*6 неделя*	*35*
2	*Выполнение практического задания №1 по теме 2 «*Рынки спортивной индустрии»	*17 неделя*	*35*
3	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 3 семестру		***80 баллов***
	зачет		***20 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**
4 семестр			
4	*Выполнение практического задания №2 по теме 3 «*Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта»	*26 неделя*	*15*
5	*Выступление с докладом на семинаре по теме 4 «*Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы»	*29 неделя*	*5*
6	*Выступление с докладом на семинаре по теме 5 «*Особенности спортивного PR»	*33 неделя*	*5*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

7	*Выполнение практического задания №3 по теме 6 «*Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации»	*38 неделя*	*15*
8	*Деловая игра по теме 6 «*Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации»	*41 неделя*	*20*
9	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 4 семестру		***70 баллов***
	Экзамен		***30 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**
	3 курс		
5 семестр			
10	*Выступление с докладом на семинаре по теме 7* «Отношения спортивного движения с идеологией и политикой»	*8 неделя*	*35*
11	*Выступление с докладом на семинаре по теме 8* «Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения»	*18 неделя*	*35*
12	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 5 семестру		***80 баллов***
	зачет		***20 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**
6 семестр			
13	*Выступление с докладом на семинаре по теме 9* «Маркетинговые исследования в сфере спорта»	*26 неделя*	*5*
14	*Выполнение практического задания №4 по теме 10* «Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов»	*28 неделя*	*15*
15	*Выступление с докладом на семинаре по теме 11* «Взаимосвязь спорта и средств массовой информации»	*32 неделя*	*5*
16	*Выступление с докладом на семинаре по теме 12* «Базовые документы при работе со СМИ»	*34 неделя*	*5*
17	*Выполнение практического задания №5 по теме 12* «Базовые документы при работе со СМИ»	*37 неделя*	*10*
18	*Деловая игра по теме 13* «Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивного мероприятия»	*40 неделя*	*20*
19	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 6 семестру		***70 баллов***
	Экзамен		***30 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**
	4 курс		
7 семестр			
20	*Выступление с докладом на семинаре по теме 14 «*Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет.	*3 неделя*	*5*

	Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций»		
21	*Выполнение практического задания №6 по теме 14* «Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций»	*6 неделя*	*10*
22	*Выполнение практического задания №7 по теме 15* «Организация работы с болельщиками»	*12 неделя*	*10*
23	*Выступление с докладом на семинаре по теме 16* «Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами»	*14 неделя*	*5*
24	*Выполнение практического задания №8 по теме 16* «Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами»	*15 неделя*	*10*
25	*Выполнение практического задания №9 по теме 17* «Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена»	*16 неделя*	*10*
26	*Деловая игра по теме 18 «*Особенности продвижения вида спорта*»*	*18 неделя*	*10*
27	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 7 семестру		***70 баллов***
	Экзамен		***30 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**

<u>Заочная</u> форма

№	**Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости**	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]**	**Максимальное кол-во баллов**
	4 курс		
5 семестр			
1	*Выступление с докладом на семинаре по теме 1 «*Спорт как продукт*»*		*35*
2	*Выполнение практического задания №1 по теме 2 «*Рынки спортивной индустрии»		*35*
3	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 5 семестру		***80 баллов***
	зачет		***20 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**
6 семестр			

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

4	*Выполнение практического задания №2 по теме 3* «Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта»		*15*
5	*Выступление с докладом на семинаре по теме 4* «Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы»		*5*
6	*Выступление с докладом на семинаре по теме 5* «Особенности спортивного PR»		*5*
7	*Выполнение практического задания №3 по теме 6* «Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации»		*15*
8	*Деловая игра по теме 6 «*Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации»		*20*
9	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 6 семестру		***70 баллов***
	Экзамен		***30 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**
	4 курс		
7 семестр			
10	*Выступление с докладом на семинаре по теме 7* «Отношения спортивного движения с идеологией и политикой»		*35*
11	*Выступление с докладом на семинаре по теме 8* «Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения»		*35*
12	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 7 семестру		***80 баллов***
	зачет		***20 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**
8 семестр			
13	*Выступление с докладом на семинаре по теме 9* «Маркетинговые исследования в сфере спорта»		*5*
14	*Выполнение практического задания №4 по теме 10* «Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов»		*15*
15	*Выступление с докладом на семинаре по теме 11* «Взаимосвязь спорта и средств массовой информации»		*5*
16	*Выступление с докладом на семинаре по теме 12* «Базовые документы при работе со СМИ»		*5*
17	*Выполнение практического задания №5 по теме 12* «Базовые документы при работе со СМИ»		*10*
18	*Деловая игра по теме 13* «Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивного мероприятия»		*20*

19	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 8 семестру		***70 баллов***
	Экзамен		***30 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**
	5 курс		
8 семестр			
20	*Выступление с докладом на семинаре по теме 14* «Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций»		*5*
21	*Выполнение практического задания №6 по теме 14* «Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций»		*10*
22	*Выполнение практического задания №7 по теме 15* «Организация работы с болельщиками»		*10*
23	*Выступление с докладом на семинаре по теме 16* «Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами»		*5*
24	*Выполнение практического задания №8 по теме 16* «Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами»		*10*
25	*Выполнение практического задания №9 по теме 17* «Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена»		*10*
26	*Деловая игра по теме 18* «Особенности продвижения вида спорта»		*10*
27	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 7 семестру		***70 баллов***
	Экзамен		***30 баллов***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

Очная форма

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	2 курс	
3 семестр		
1	*Презентация по теме 1 «Спорт как продукт»*	*10*
2	*Презентация по теме 2 «Рынки спортивной индустрии»*	*10*
3	*Выполнение практического задания №1-доп по теме «Рынки спортивной индустрии»*	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*

4 семестр		
1	*Презентация по теме 3 «*Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта*» или по теме 5 «*Особенности спортивного PR» (по выбору студента)	*10*
2	*Презентация по теме 4 «*Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы*»*	*10*
3	*Выполнение практического задания №2-доп по теме «*Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации»	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
3 курс		
5 семестр		
1	*Презентация по теме 7 «*Отношения спортивного движения с идеологией и политикой*»*	*10*
2	*Презентация по теме 8 «*Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения*»*	*10*
3	*Выполнение практического задания №3-доп по теме 8 «*Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения»	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
6 семестр		
1	*Презентация по теме 9 «*Маркетинговые исследования в сфере спорта*» или по теме 10 «*Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов» (по выбору студента)	*10*
2	*Презентация по теме 11* «Взаимосвязь спорта и средств массовой информации» или *по теме 12 «*Базовые документы при работе со СМИ*» (по выбору студента)*	*10*
3	*Выполнение практического задания №4-доп по теме 13* «Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивного мероприятия»	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
4 курс		
7 семестр		
1	*Презентация по теме 14 «*Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций*» или по теме 15 «*Организация работы с болельщиками» *(по выбору студента)*	*10*
2	*Презентация по теме 16 «*Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами» *или по теме 17 «*Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена» *(по выбору студента)*	*10*
3	*Выполнение практического задания №5-доп по теме 18 «*Особенности продвижения вида спорта»	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*

Заочная форма

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	3 курс	
5 семестр		
1	*Презентация по теме 1 «Спорт как продукт»*	*10*
2	*Презентация по теме 2 «Рынки спортивной индустрии»*	*10*
3	*Выполнение практического задания №1-доп по теме «Рынки спортивной индустрии»*	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
6 семестр		
1	*Презентация по теме 3 «*Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта*» или по теме 5 «*Особенности спортивного PR» (по выбору студента)	*10*
2	*Презентация по теме 4 «*Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы*»*	*10*
3	*Выполнение практического задания №2-доп по теме «*Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации»	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
	4 курс	
7 семестр		
1	*Презентация по теме 7 «*Отношения спортивного движения с идеологией и политикой*»*	*10*
2	*Презентация по теме 8 «*Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения*»*	*10*
3	*Выполнение практического задания №3-доп по теме 8 «*Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения»	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
8 семестр		
1	*Презентация по теме 9 «*Маркетинговые исследования в сфере спорта*» или по теме 10 «*Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов» (по выбору студента)	*10*
2	*Презентация по теме 11* «Взаимосвязь спорта и средств массовой информации» или *по теме 12 «*Базовые документы при работе со СМИ*» (по выбору студента)*	*10*
3	*Выполнение практического задания №4-доп по теме 13* «Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивного мероприятия»	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
	5 курс	
9 семестр		
1	*Презентация по теме 14 «*Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций*» или по теме 15 «*Организация работы с болельщиками» *(по выбору студента)*	*10*

2	*Презентация по теме 16 «*Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами» *или по теме 17 «*Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена» *(по выбору студента)*	*10*
3	*Выполнение практического задания №5-доп по теме 18 «*Особенности продвижения вида спорта»	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.01., РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет *9* зачетных единиц.

Семестры освоения дисциплины (модуля): 3-7 семестры – очная форма обучения; 5-9 семестры – заочная форма обучения

2. Цель освоения дисциплины (модуля): обучение студентов теоретическим основам рекламного дела и особенностями спортивной рекламы, ознакомление с новыми эффективными идеями и различными приемами в области связей с общественностью, выработка у них практических навыков эффективного использования рекламных и PR технологий в сфере спорта.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-3	**Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде**	***3-7***		***5-9***
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	*3-7*		*5-9*
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	*3-7*		*5-9*
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	*3-7*		*5-9*
ПК-1	**Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций**	***3-7***		***5-9***
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	*3-7*		*5-9*
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	*3-7*		*5-9*
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными	*3-7*		*5-9*

	целевыми группами			
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	*3-7*		*5-9*
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	*3-7*		*5-9*
ПК-3	**Способ*ен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	***3-7***		***5-9***
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	*3-7*		*5-9*
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	*3-7*		*5-9*
ПК-4	**Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью**	***3-7***		***5-9***
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	*3-7*		*5-9*
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	*3-7*		*5-9*
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	*3-7*		*5-9*
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	*3-7*		*5-9*
ПК-5	**Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта**	***3-7***		***5-9***
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	*3-7*		*5-9*
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и	*3-7*		*5-9*

	выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	*3-7*		*5-9*

4. Краткое содержание дисциплины (модуля):

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
2 курс							
1	Тема 1. Спорт как продукт.	3	2	2	12		
2	Тема 2. Рынки спортивной индустрии.	3	4	4	12		
	Итого: 36		***6***	***6***	***24***		***зачет***
3	Тема 3. Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта.	4	4	6	6		
4	Тема 4. Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы.	4	2	4	9		
5	Тема 5. Особенности спортивного PR.	4	4	6	6		
6	Тема 6. Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации.	4	-	6	10		
	Итого: 72		***10***	***22***	***31***	***9***	***экзамен***
3 курс							
7	Тема 7. Отношения спортивного движения с идеологией и политикой.	5	4	2	8	-	
8	Тема 8. Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения.	5	2	4	16	-	
	Итого: 36		***6***	***6***	***24***		***зачет***

9	Тема 9. Маркетинговые исследования в сфере спорта	6	2	4	5		
10	Тема 10. Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов	6	2	8	5		
11	Тема 11. Взаимосвязь спорта и средств массовой информации.	6	2	2	5		
12	Тема 12. Базовые документы при работе со СМИ.	6	2	4	5		
13	Тема 13. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивного мероприятия	6	2	4	11		
	Итого: 72		***10***	***22***	***31***	***9***	***экзамен***
4 курс							
14	Тема 14. Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций.	7	4	6	11		
15	Тема 15. Организация работы с болельщиками	7	4	4	10		
16	Тема 16. Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами.	7	6	6	10		
17	Тема 17. Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена.	7	4	4	10		
18	Тема 18. Особенности продвижения вида спорта.	7	2	6	12		
	Итого: 108		***20***	***26***	***53***	***9***	***экзамен***
	Итого: 324		***52***	***72***	***163***	***27***	

Заочная форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
3 курс							
1	Тема 1. Спорт как продукт.	5	2	2	10		

2	Тема 2. Рынки спортивной индустрии.	5	2	4	16		
	Итого: 36		***4***	***6***	***26***		***зачет***
3	Тема 3. Маркетинг в спортивной индустрии. Особенности рекламы в сфере спорта.	6	1	1	6		
4	Тема 4. Нормативные аспекты регулирования спортивной рекламы.	6	1	1	6		
5	Тема 5. Особенности спортивного PR.	6	2	1	6		
6	Тема 6. Инструменты продвижения в сфере спорта. Особенности продвижения спортивной организации.	6	-	3	9		
	Итого: 36		***4***	***6***	***27***	***9***	***экзамен***
4 курс							
7	Тема 7. Отношения спортивного движения с идеологией и политикой.	7	2	4	8	-	
8	Тема 8. Этические проблемы спорта («справедливая игра», «недопущение употребления допинга», «справедливость судейства», «договорные матчи», «идеалы олимпизма») и PR-технологии их решения.	7	2	6	14	-	
	Итого: 36		***4***	***10***	***22***		***зачет***
9	Тема 9. Маркетинговые исследования в сфере спорта	8	1	2	8		
10	Тема 10. Практические аспекты применения исследовательских методов при разработке кампаний по продвижению спортивных продуктов	8	0,5	2	10		
11	Тема 11. Взаимосвязь спорта и средств массовой информации.	8	1	2	8		
12	Тема 12. Базовые документы при работе со СМИ.	8	0,5	2	10		
13	Тема 13. Технологии разработки коммуникационных кампаний в сфере спорта. Особенности продвижения спортивного мероприятия	8	1	2	13		
	Итого: 72		***4***	***10***	***49***	***9***	***экзамен***
5 курс							
14	Тема 14. Особенности спортивной рекламы и PR в сети Интернет. Продвижение спортивного продукта средствами интернет-коммуникаций.	9	1	2	20		
15	Тема 15. Организация работы с болельщиками	9	0,5	2	30		
16	Тема 16. Спонсоринг и фандрайзинг как PR-инструменты. Организация	9	1	2	30		

	сотрудничества спортивной организации / спортсмена со спонсорами.						
17	Тема 17. Антикризисный PR спортивной организации / спортсмена.	9	1	2	20		
18	Тема 18. Особенности продвижения вида спорта.	9	0,5	2	21		
Итого: 144			***4***	***10***	***121***	***9***	***экзамен***
Итого: 324			***20***	***42***	***242***		

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.02Социология спорта»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного Института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии

Протокол № __ от «__» _____20___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии
Протокол № __ от «__» _____20___ г.
Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии
Протокол № __ от «__» _____20___ г.

–

Составители:
Исмаилов Асомиддин Исмаилович – кандидат педагогических наук,профессор кафедры Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии РГУФКСМиТ.

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоениядисциплины«Социология спорта»являются:способствовать овладению студентами знаниями социологии спорта и тенденции его развития, особенности деятельности субъектов и объектов спорта: их сущность и содержание спорта, а также механизмы, закономерности развития современного спорта в постиндустриальном обществе.

Дисциплина «Социология спорта»реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Программа дисциплины «Б1.В.02 Социология спорта» относится к вариативной части обязательных дисциплин В.02 и опирается на уже имеющиеся знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как«Философия», «Социология», а также является сопряженной для следующих дисциплин: «Теория физической культуры» и «Теория спорта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	наименование	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-1	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. УК 1.2. Знает информационно-поисковые системы и базы данных; технологию осуществления поиска информации. УК-1.3. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.4. Умеет синтезировать информацию, представленную в различных источниках	*3*		*3*

	УК-1.5. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; владеет методами принятия решений. УК-1.6. Владеет методами аналитико-синтетической обработки информации из различных информационно-поисковых систем			
ПК-5	ПК-5.1. Использует основныемаркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку иреализацию коммуникационного продукта ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	*3*		*3*

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетную единицу, 72академических часов.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте**	**3**	**2**	**4**	**8**		
2	**Спорт как социальный институт**	**3**	**2**	**4**	**8**		
3	**Личность и спорт**	**3**	**2**	**4**	**8**		
4	**Социологические проблемы современного спорта**	**3**	**2**	**4**	**8**		
5	**Методология и организация конкретного социологического исследования**	**3**	**2**	**6**	**8**		
Итого часов:72			**10**	**22**	**40**		**зачет**

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте	3	0,25	0,5	13		
2	Спорт как социальный институт	3	0,5	1	13		
3	Личность и спорт	3	0,5	1	13		
4	Социологические проблемы современного спорта	3	0,5	1	13		
5	Методология и организация конкретного социологического исследования	3	0,25	0,5	14		
Итого часов: 72			2	4	66		зачет

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихсяпо дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

Примерный перечень вопросов к зачету

1.Объект, предмет и структура и методы социологии спорта.
2.История становления и развития социологии ФКиС: основные этапы и направления
3.Возникновение и развитие спорта
4.Спорт как социальный институт
5.Процесс институциализации спорта
6.Социальные функции современного спорта
7.Социальные институты и организации профессионального спорта
8.Социальная система физкультурно-спортивной деятельности и их профессиональных особенностей
9.Личность и ее становление в спорте
10.Спорт и социализация личности спортсмена
11.Личность профессионального тренера

12.Социальный контроль и девиация в профессиональном спорте
13.Социальный конфликт в профессиональном спорте
14.Спортивная карьера и социальная адаптация профессиональных спортсменов
15.Социологические проблемы современного профессионального спорта
16.Тенденции развития профессионального спорта
17.Современное Олимпийское движение и профессиональный спорт
18.Адаптивный профессиональный спорт
19.Профессионализм и анализ изучения трудовой деятельности субъектов спорта
20.Социологический анализ профессиональной деятельности субъектов и объектов спорта
21.Экстремальное и субэкстремальное условие деятельности субъектов спорта
22.Социальные механизмы адаптации деятельности профессиональных субъектов спорта
23.Методология и организация конкретного социологического исследования
24.Методология и методы социологического исследования
25.Технология программы конкретного социологического исследования
26.Профессионализация и коммерциализация спорта и Олимпийского движения.
27.Социальный портрет современного спортсмена-олимпийца.
28.Европейская спортивная политика.
29.Международная Хартия физического воспитания и спорта.
30. Декларация “Спорт, терпимость и чистая игра”.
31.Кодекс спортивной этики.
32.Конвенция против применения допинга в спорте.
33.Конвенция о предотвращении насилия и хулиганских поведений зрителя
34.Основные этапы организации конкретного социологического исследования.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература

1. Столяров В.И. Социология физической культуры и спорта: Учебник. Физическая культура, 2005.-400с.
2. Лубышева Л.И. Социология физической культуры и спорта: Учеб. пособие для студентов высш учеб. заведений / Л.И. Лубышева. – 3-е издание – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 272с.

б)Дополнительная литература

1. Коршунова, Н. Е. Социология спорта : учебник : [16+] / Н. Е. Коршунова, О. В. Шатаева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 228 с. : ил., табл. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=698772
2. Передельский А.А. (коллектив авторов). Социология и социология спорта: учебное пособие / под общей редакцией А.А. Передельского. – М.: Изд-во «Физическая культура» 2013. – 364 с.
3. Передельский, А. А. Физическая культура и спорт в отражении философских и социологических наук. Социология спорта : учебник для высших учебных заведений физической культуры : [12+] / А. А. Передельский. – Москва : Спорт, 2016. – 417 с. : ил. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=461353

Визитей Н.Н. Курс лекций по социологии спорта: учеб.пособие/ Н.Н. Визитей. – М.: Физическая культура, 2006. – 328 с

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://www.isras.ru/socis.html Журнал «Социологические исследования»
2. http://ecsocman.hse.ru/ Федеральный образовательный портал ЭСМ: экономика, социология, менеджмент
3. http://www.actualresearch.ru/index.html Электронное научное издание «Актуальные инновационные исследования: наука и практика»

г)Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс (30 посадочных мест) в составе: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю)* «Социология спорта»*для обучающихся* Гуманитарного института *2курса, направления подготовки42.03.01. Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль): «Спортивная реклама и PR» очной и заочной *формы (м) обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии

Сроки изучения дисциплины (модуля):3 семестр

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

II. ФОРМЫОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Формаоценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	Презентация по теме «Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте»	*2-4*	*5*
2	Презентация по теме «Социологические проблемы современного спорта»	*5-7*	*5*
3	Тестирование по теме: «Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте»	*8*	*10*
4	Презентация по теме «Личность и спорт»	*9-11*	*5*
5	Тестирование по теме «Личность и спорт»	*12*	*10*
6	Разработка программы СИ Разработка анкеты	*13-18*	*20*
	Написание реферата (тема согласуется с преподавателем)	*4-17*	*10*
7	Посещение занятий	*В течение семестра*	*10*
	Экзамен		***25***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	*Написание реферата по теме, согласованной с преподавателем*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплинам, завершающимся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра Истории цивилизации, физической культуры и спорта, философии и социологии

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.02 Социология спорта»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля)составляет 2зачетныеединицы.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины(модуля):*[3]*

3. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоениядисциплины«Социология спорта»являются:способствовать овладению студентами знаниями социологии спорта и тенденции его развития, особенности деятельности субъектов и объектов спорта: их сущность и содержание спорта, а также механизмы, закономерности развития современного спорта в постиндустриальном обществе.

Дисциплина «Социология спорта»реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	наименование
1	3
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта

5. Краткое содержание дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте	3	2	4	8		
2	Спорт как социальный институт	3	2	4	8		
3	Личность и спорт	3	2	4	8		
4	Социологические проблемы современного спорта	3	2	4	8		
5	Методология и организация конкретного социологического исследования	3	2	6	8		
Итого часов: 72			10	22	40		зачет

Заочная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихсяв соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Теоретико-методические основы социологических знаний о спорте	3	0,25	0,5	13		
2	Спорт как социальный институт	3	0,5	1	13		

3	**Личность и спорт**	**3**	**0,5**	**1**	**13**		
4	**Социологические проблемы современного спорта**	**3**	**0,5**	**1**	**13**		
5	**Методология и организация конкретного социологического исследования**	**3**	**0,25**	**0,5**	**14**		
Итого часов: 72			**2**	**4**	**66**		**зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института Гуманитарного
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и
социально-гуманитарных проблем
Протокол №29 от «05» июня 2019 г.

Составитель:
Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент: _____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» является получение студентами теоретических и практических знаний по организации и проведению PR-кампаний, овладение практическими навыками применения соответствующих технологий разработки, реализации и оценки эффективности кампаний с учетом специфики коммуникационной деятельности в сфере физической культуры и спорта.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Курс «Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» способствует формированию знаний и навыков, необходимых для работы специалиста в области маркетинговых коммуникаций, организации рекламных процессов и оценки эффективности рекламных кампаний.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR» определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование у обучающихся целостных представлений об основных этапах и содержании развития основ организации и проведения PR-кампаний и ее практического применения в профессиональной деятельности.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным, в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данного курса является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального и экономического, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	____ форма ____ обучения (ускоренное обучение)[1]
1	2	3	4	5
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

УК-3.1.	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	5	8	
УК-3.2.	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	5	8	
УК-3.3.	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	5	8	
ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1.	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	5	8	
ПК-2.2.	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	5	8	
ПК-2.3.	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	5	8	
ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 ПК-3.4	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	5	8	
ПК-3.2. ПК-3.5	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	5	8	
ПК-3.3. ПК-3.6	Владеет инструментами медиапланирования. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	5	8	
ПК-4 Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью				
ПК-4.1.	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5	8	
ПК-4.2.	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	5	8	

ПК-4.3	Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.			
ПК-4.4.	Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	5	8	
ПК-5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта				
ПК-5.1.	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5	8	
ПК-5.2.	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5	8	
ПК-5.3.	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5	8	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 **зачетных единицы**, 144 **академических часа**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятельная работа	Контроль	
1	PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология	**5**	**2**	**2**	**6**		
2	Структура PR-кампании	**5**	**2**	**2**	**4**		
3	Коммуникационный аудит.	**5**	**2**	**2**	**10**		
4	Ситуационный анализ.	**5**	**2**	**2**	**10**		
5	Стратегическое планирование.	**5**	**2**	**4**	**10**		
6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	**5**	**2**	**4**	**15**		
7	Формирование бюджета PR-кампании	**5**	**2**	**2**	**10**		
8	Оценка эффективности PR-кампании	**5**	**2**	**8**	**10**		
9	Технологии PR как эффективный	**5**	**2**	**4**	**10**		

	инструментарии реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта						
Итого часов:			**18**	**32**	**85**		**Экзамен**

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология	8			**13**		
2	Структура PR-кампании	8			**10**		
3	Коммуникационный аудит.	8			**10**		
4	Ситуационный анализ.	8			**14**		
5	Стратегическое планирование.	8			**16**		
6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	8			**14**		
7	Формирование бюджета PR-кампании	8			**16**		
8	Оценка эффективности PR-кампании	8			**14**		
9	Технологии PR как эффективный инструментарии реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	8			**16**		
Итого часов:			**4**	**8**	**123**		**Экзамен**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Экзамен.

Вопросы к экзамену.

1. Место и роль PR-кампаний в PR-деятельности.

2. Понятие и общая характеристика PR-кампании.

3. Соотношение понятий: PR-кампания, PR-акция, PR-деятельность, PR-программа, план.
4. Классификация PR-кампаний.
5. Особенности проведения PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта
6. Основные этапы PR-кампании.
7. Алгоритм проведения кампании, интегрированные мудули, ее организация.
8. Взаимосвязь маркетинга, PR и рекламы в организации и проведении PR-кампании.
9. Преимущества использования PR-агентств в организации и проведении PR-кампании.
10. Критерии выбора PR-агентства заказчиками.
11. Критерии выбора PR-агентства заказчиками.
12. Пакет тендерной документации.
13. PR-бриф как организационный документ PR-кампании.
14. Исследования и их предназначение в PR-кампании.
15. Направления, виды исследований.
16. Имиджевые характеристики мест проведения встреч с общественностью.
17. Технологические характеристики мест мероприятий.
18. Организация и оформление пространства.
19. Юридические вопросы, связанные с выбором мест мероприятий
20. Опосредованное информирование о мероприятии.
21. Личное информирование о мероприятии.
22. Смешанный вариант информирования.
23. Стадии (этапы) процессов информирования.
24. Сценарий (программа): подготовка, согласование.
25.Влияние будущего сценария на выбор места мероприятия.
26. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах.
27. Собственный персонал: определение требований к количеству и профессиональному уровню.
28. Привлеченный персонал: агентство, индивидуальные сотрудники.
29. VIP-участники: работа до и во время мероприятия.
30. Этапы работы с персоналом
31. Рассылка благодарственных писем как форма закрепления результатов.
32. Обработка и анализ результатов мероприятия
33. Совместная деятельность подразделений после мероприятий
34. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации
35. Презентации: виды, подготовка, предоставление информации
36. Семинары и конференции: работа выступающих и участников
37. Выставки и экспозиции: подготовка стендов и персонала
38. PR-акция, PR-кампания и PR-программа: определения, сравнительная характеристика.
39. PR-кампания и комплексная рекламная кампания: функциональное и целевое различие.
40. Типы PR-кампаний.
41. Гуманитарные технологии (Московская школа) и социально-коммуникативные (Петербургская школа) технологии в области связей с общественностью.
42. Приемы, методы и технологии PR.
43. Структура PR-кампании.
44. Количественные и качественные методы исследований в рамках PR-кампании.

45. Структура общественных оценок. Оценка репутации базисного субъекта PR.
46. Коммуникационный аудит как этап разработки PR-кампании.
47. Ситуационный анализ как этап разработки PR-кампании.
48. Стратегическое планирование как этап разработки PR-кампании.
49. АСП-подход к планированию PR-кампании.
50. Роль медиа-планирования в разработке PR-кампании.
51. Специальные мероприятия PR.
52. Организация события, как основы для PR-кампании.
53. Целевая аудитория PR-кампании: определение, сущностные характеристики, значение.
54. Ресурсы PR-кампании: определение, сущностные характеристики, значение.
55. Медийные и немедийные каналы коммуникаций в PR-кампании: общая характеристика, соотношение, значение.
56. Презентации и шоу как технологии PR.
57. Образовательные программы, семинары как технологии PR.
58. Организация выставок как технология PR.
59. Спонсорство, благотворительность, патронаж как PR-технологии.
60. Фандрейзинг как технология PR.
61. Product placement как технология PR.
62. Технологии внутрикорпоративного PR, как залог успешного проведения PR-кампании.
63. Основные подходы к формированию бюджета PR-кампании.
64. Подходы к оценке эффективности PR-деятельности: Ж.П.Бодуан, С. М.Катлип, А.Х.Сентер, Г.М.Брум, А.Н.Чумиков.
65. Методы оценки эффективности PR-кампании.
66. Особенности организации и проведения PR кампаний для малого, среднего бизнеса, крупных корпораций.
67. Особенности организации и проведения PR-кампаний для спортивных учреждений государственной сферы.
68. Особенности организации и проведения PR-кампаний в некоммерческом секторе.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар – текст: Основы редактирования: учебное пособие для студентов вузов: рек. УМО по класс. Унив. Образованию/Н.Г.Иншакова. – М.: Аспект пресс, 2014. – 256с.

2. Бухтерева О.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Соц.-культур. сервис и туризм" : рек. УМО учеб. заведений РФ по образованию в обл. сервиса и туризма Минобрнауки России / О.С. Бухтерева. - М.: Дашков и К, 2010. - 208 с.

3. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы : учеб. пособие по специальности "Менеджмент орг." : доп. Советом УМО вузов России по образованию в обл. менеджмента / Ю.В. Гусаров. - М.: Экономика, 2009. - 526 с.: ил.

4. Дурович А.П. Реклама в туризме : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 100103 "Соц.-культур. сервис и туризм" : рек. Умо учеб. заведений РФ по образованию в обл. сервиса и туризма / А.П. Дурович. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2010. - 157 с.: ил.

5. Карпова С.В. Международное рекламное дело: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности “Мировая экономика”: рек. УМО по образованию в обл. финансов, учета и мировой экономики / С.В. Карпова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2010. - 288 с.: ил.

6. Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности “Связи с общественностью”: рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Ф.И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 347 с.

б) Дополнительная литература:

1. Богалдин-Малых В.В. Бизнес-стратегии и операционный маркетинг на рынке услуг: учеб. пособие : рек. ред.-издат. советом Рос. акад. образования / В.В. Богалдин-Малых; Рос. акад. образования Моск. психолог.-соц. ин-т. - М.: [МПСИ]; Воронеж: [МОДЭК], 2008. - 606 с.
2. Васильев Г.А. Электронный бизнес и реклама в интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111, 080301: рек. УМО “Проф. учеб.” / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. - М.: ЮНИТИ, 2008. - 183 с.: ил.
3. Глинтерник Э. Начало российской рекламы / Глинтерник Э. // Наше наследие. - 2001. - N 56. - С. 222-235.
4. Головлева Е.Л. Торговая марка: теория и практика упр.: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 350700: рек. Умо по рекламепри МГИМО (Ун-те) МИД РФ / Е.Л. Головлева. - изд. 2-е, испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2005. - 159 с.: ил.
5. Голядкин Н. А. Творческая телереклама: [учеб. пособие для студентов вузов] / Голядкин Н.А. - М.: Аспект пресс, 2005. - 172 с.
6. Гусева, С. PR-кампания спортивной организации / С. Гусева. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 89 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97274
7. Данилов А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе / А.А. Данилов. - изд. 3-е. - СПб.: ДАН, 2009. - 250 с.: ил.
8. Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов / Б.З. Докторов. - М.: Центр соц. прогнозирования, 2008. - 627 с.
9. Имиджелогия – 2008: Имидж как инструмент привлекательности и конкурентоспособности: Материалы Шестого Международного симпозиума по имиджелогии /Под ред. Е.А. Петровой. М.: РИЦ АИМ, 2008.
10. Кармалова Е.Ю. Аудиовизуальная реклама в контексте культуры / Е.Ю. Кармалова; С.-Петерб. Гос. Ун-т. - [СПб.]: СПбГУ, 2008. - 212 с.: ил.
11. Катернюк А.В. Практическая реклама: учеб. пособие для студентов эконом. специальностей: рек. Дальневосточ. Регион. Межвуз. УМО / А.В. Катернюк. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 429 с.: ил.
12. Катлит С.М. Паблик рилейшнз: теория и практика. М., 2008.
13. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы : учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. https://lib.rucont.ru/efd/822379/info

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. http://www.academim.org/

2. http://www.ci-journal.ru/
3. http://www.imageservices.ru
4. www.statebrand.ru
5. http://www.olga-image.ru/
6..http://www.piar.ru
7. http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/
8. http://pr-info.ru

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) **«Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта»** для обучающихся Гуманитарного института,
направления подготовки/специальности:**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,**
Направленности (профилю): "Спортивная реклама и PR"**,**
бакалавриат,
форма обучения: очная/заочная

2019 год набора

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля): для очной формы обучения - 5 семестр;
для заочной формы обучения - 8 семестр;
Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Для очного отделения

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по теме: «*PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология*».*		*5*
2	*Выступление на семинаре по теме:* «Структура PR-кампании»		*10*
3	*Выступление на семинаре по теме:* «Коммуникационный аудит».		*5*
4	*Выполнение практического задания по теме* «Ситуационный анализ».		*5*
5	*Выполнение практического задания по теме: «*Стратегическое планирование*».*		*5*
6	*Управляемая дискуссия на тему:* «Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта»		*5*
7	*Выступление на семинаре по теме:* «Технологии PR как эффективный инструментарии реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта»		*5*
8	*Выполнение практического задания по теме: «*Оценка эффективности PR-кампании*»*		*5*
9	*Написание реферата по выбранной теме.*		*15*
10	*Посещение занятий.*	*В течение*	*10*

		семестра	
11	*Экзамен.*		***30***
	ИТОГО:		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по теме: «*PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология*»*	*10*
3	*Подготовка доклада «*Структура PR-кампании»	*10*
4	*Подготовка доклада «*Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта»	*10*
6	*Написание реферата по выбранной теме.*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

- Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».
- Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Гуманитарный институт

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Спортивная реклама и PR»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021г.

Москва – 2018г.

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.03 Проведение PR-кампаний в сфере физической культуры и спорта» является получение студентами теоретических и практических знаний по организации и проведению PR-кампаний, овладение практическими навыками применения соответствующих технологий разработки, реализации и оценки эффективности кампаний с учетом специфики коммуникационной деятельности в сфере физической культуры и спорта.

2. Семестр(ы) освоения дисциплины (модуля):
Для очной формы обучения – 5 семестр;
Для заочной формы обучения – 8 семестр;

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	___ форма ___ обучения (ускоренное обучение)[2]
1	2	3	4	5
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				
УК-3.1.	Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	5	8	
УК-3.2.	Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	5	8	
УК-3.3.	Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	5	8	
ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1.	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	5	8	
ПК-2.2.	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	5	8	
ПК-2.3.	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	5	8	

[2] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 ПК-3.4	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	5	8	
ПК-3.2. ПК-3.5	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	5	8	
ПК-3.3. ПК-3.6	Владеет инструментами медиапланирования. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	5	8	
ПК-4 Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью				
ПК-4.1.	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5	8	
ПК-4.2. ПК-4.3	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	5	8	
ПК-4.4.	Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	5	8	
ПК-5 Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта				
ПК-5.1.	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5	8	
ПК-5.2.	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5	8	
ПК-5.3.	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5	8	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 **зачетные единицы**, 144 **академических часа**.

Для очной формы обучения

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятельная работа	Контроль	
1	PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология	**5**	**2**	**2**	**6**		
2	Структура PR-кампании	**5**	**2**	**2**	**4**		
3	Коммуникационный аудит.	**5**	**2**	**2**	**10**		
4	Ситуационный анализ.	**5**	**2**	**2**	**10**		
5	Стратегическое планирование.	**5**	**2**	**4**	**10**		
6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	**5**	**2**	**4**	**15**		
7	Формирование бюджета PR-кампании	**5**	**2**	**2**	**10**		
8	Оценка эффективности PR-кампании	**5**	**2**	**8**	**10**		
9	Технологии PR как эффективный инструментарии реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	**5**	**2**	**4**	**10**		
Итого часов:		**18**		**32**	**85**		**Экзамен**

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного	Занятия семинарскогo	Самостоятельная работа	Контроль	
1	PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология	8			**13**		
2	Структура PR-кампании	8			**10**		
3	Коммуникационный аудит.	8			**10**		
4	Ситуационный анализ.	8			**14**		
5	Стратегическое планирование.	8			**16**		
6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	8			**14**		
7	Формирование бюджета PR-кампании	8			**16**		
8	Оценка эффективности PR-кампании	8			**14**		
9	Технологии PR как эффективный инструментарии реализации PR-кампании в сфере физической культуры и спорта	8			**16**		
Итого часов:			**4**	**8**	**123**		**Экзамен**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.04 БРЕНДИНГ В СФЕРЕ СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института РГУФКСМиТ
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Составитель:
Мысенко Галина Владимировна – к.п.н., доцент, доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Брендинг в сфере спорта» является: обучение студентов теоретическим основам и методологическому инструментарию брендирования, принципам и технологии формирования и продвижения брендов; формирование понимания роли и предназначения брендов в деятельности компаний; создание целостного представления о том, каким образом организации создают бренды, какие стратегии они используют для их развития, и каковы особенности управления спортивными брендами.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Брендинг в сфере спорта» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, и читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 6 семестре, по заочной форме обучения – на четвертом курсе в 8 семестре.

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриата Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов как «Теория и практика связей с общественностью», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Брендинг в сфере спорта», будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Репутационный PR в сфере спорта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5	***Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах***	***5***		***7***
УК-5.2	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	5		7
УК-5.3	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм	5		7
УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	5		7
ПК-3	***Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	***5***		***7***
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	5		7
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	5		7
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	5		7

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основы брендинга.	5	4	4	8		
2	Тема 2. Маркетинговые исследования в брендинге	5	4	6	10		
3	Тема 3. Разработка бренда (бренд-билдинг)	5	4	4	10		
4	Тема 4. Развитие и продвижение брендов.	5	4	6	10		
5	Тема 5. Особенности управления спортивными брендами	5	4	8	13		
Итого часов:			**20**	**28**	**51**	**9**	***экзамен***

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основы брендинга.	7	1	1	12		
2	Тема 2. Маркетинговые исследования в брендинге	7	1	2	16		
3	Тема 3. Разработка бренда (бренд-билдинг)	7	1	2	16		
4	Тема 4. Развитие и продвижение брендов.	7	1	1	16		
5	Тема 5. Особенности управления спортивными брендами	7	-	4	25		
Итого часов:			**4**	**10**	**85**	**9**	***экзамен***

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие «бренд».
2. Бренд и торговая марка: соотношение понятий.
3. Функции бренда.
4. Виды бренда.
5. Сущность понятий «брендинг», «бренд-билдинг», «атрибуты бренда».
6. История брендинга: от клеймения скота к завоеванию рынков.
7. Правовые основания охраны бренда
8. Система охраны товарных марок в за рубежом и в России.
1. Основные атрибуты бренда и общие требования к ним.
2. Бренд-нейм как важнейший атрибут (идентификатор) бренда
3. Упаковка бренда
4. Слоган и этапы его разработки
5. Разработка рекламного текста.
6. Логотип и основные требования к его созданию. Классификация товарных знаков
7. Шрифт и цвет как атрибуты бренда
8. Личность бренда и его основные составляющие

9. Понятие, виды и методы маркетинговых исследований.
10. Анализ рыночной ситуации для бренд-билдинга.
11. Система идентичности бренда: его сущность, стержневая и расширенная идентичность.
12. Сравнение с конкурентными брендами.
13. Преимущества бренда.
14. Позиционирование.
15. Понятие "архитектура бренда"
16. Основные модели построения архитектуры брендов
17. «Каннибализм» в портфеле брендов компании
1. Сущность интегрированного брендинга.
2. PR-технологии в создании брендов.
3. Аудит бренда.
18. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества
19. Способы оценки бренда.
20. Лизинг, франчайзинг и лицензионные соглашения
21. Особенности брендинга в развитых и в развивающихся странах
22. Брендинг в современной России: основные проблемы и перспективы развития
23. Частная марка как бренд в современной России: особенности и тенденции ее развития
24. Международные факторы брендинга.
25. Основные стратегии международного брендинга
26. Механизм управления брендами международной компании
27. Особенности брендинга транснациональных компаний на российском потребительском рынке
28. Потребительская лояльность: основные определения, типы и модели
29. Основные классификации программ лояльности
30. Основные компоненты программы лояльности и процесс ее организации
31. Строительство бренда в сфере спорта.

32. Работа с основными элементами капитала бренда в сфере спорта.
33. Расширение спортивного бренда.
34. Факторы успешности расширения спортивного бренда и потенциальные риски, связанные с расширением.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Старов, С. А. Управление брендами [Электронный ресурс]: учебник / Высшая школа менеджмента СПбГУ, С. А. Старов .— 2-е изд., испр. — СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008 .— 500 с. : ил. — ISBN 978-5-9924-0034-2 . — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/207762

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2014. - 159 с.: табл.

3. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие по специальностям "Связи с общественностью", "Реклама", "Журналистика", "Социология": рек. УМС по связям с общественностью УМО вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений при МГИМО (У) МИД России / Ф.И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 271 с.

а) Дополнительная литература:

1. PR как элемент инновационной системы управления физической культурой и спортом на муниципальном уровне / Е.А. Калиева [и др.] // Теория и практика физ. культуры. - 2016. - № 12. - С. 3-5.

2. Аналитика современных дефиниций и подходов к пониманию сущности бренда [Электронный ресурс] / Грошев, Краснослободцев // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика .— 2013 .— №4 .— С. 96-106 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/417572

3. Беркутова, Т.А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111: доп. умо по образованию в обл. маркетинга / Т.А. Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 254 с.: ил.

4. Василенко, А.Б. Пиар крупных российских корпораций / Василенко Александер Борисович. - М.: ГУ ВШЭ, 2002. - 304 с.

5. Векслер, А.Ф. PR для российского бизнеса / А.Ф. Векслер. - М.; СПб.: Вершина, 2006. - 230 с.: ил.

6. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. ред.-издат. советом Рос. акад. образования / Д.А. Вылегжанин ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. - 2-е изд., испр. - М.: Флинта: Изд-во Моск. психолог.-соц. ин-т, 2008. - 369 с.: ил.

7. Годин, А.М. Брендинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.М. Годин .— 4-е изд. — М. : ИТК "Дашков и К", 2016 .— 184 с. — ISBN 978-5-394-02629-4 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/688915

8. Жанг, Ч.Д. Спортивный маркетинт: маркетинг страсти / Чанг Дак Джанг // Спортивный менеджмент. - 2004. - № 2. - С. 42-47.

9. Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А.С. Ильин. - М.: Кнорус, 2009. - 208 с.: табл.

10. Истягина-Елисеева, Е.А. Основные направления паблик рилейшнз в международном олимпийском движении = Basic Directions of Public Relations in International Olympic Movement / Истягина-Елисеева Е.А., Кружков Д.А. // Теория и практика физ. культуры. - 2001. - № 7. - С. 15-17.

11. Капитонов, Э.А. Корпоративная культура и PR: учеб.-практ. пособие / Э.А. Капитонов, А.Э. Капитонов. - М.; Ростов н/Д: Март, 2003. - 413 с.: ил.

12. Киенко, М.В. Работа с общественностью спортивных организаций / Киенко М.В., Кучковская Н.В. // Физическое воспитание и спортивная тренировка. - 2016. - № 4. - С. 122-129.

13. Кондратьев, Э.В. Связи с общественностью: Практикум: учеб. пособие: рек. Редсоветом ун-та / Э.В Кондратьев ; М-во образования и науки РФ, Федерал. агентство по образованию, Пенз. гос. ун-т архит. и строит. - М.: Акад. проект, 2008. - 191 с.: ил.

14. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: теории технологии: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. 350400 "Связи с общественностью": доп. М-вом образования и науки РФ / В.Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - М.: Аспект-пресс, 2008. - 302 с.

15. Маркетинг спорта=The Marketing of Sport / ред. Д. Бич, С. Чедвик, Ю. Быстрова ; пер. В. Башкирова и др. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 706 с.: схем., табл. - ISBN 978-5-9614-1095-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428025

16. Особенности определения стоимости бренда футбольного клуба [Электронный ресурс] / Черепанов // Имущественные отношения в РФ .— 2011 .— №5 .— С. 68-82 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/498990

17. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. Реклама: доп. М-вом образования и науки РФ / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин; Изд.-торг. корпорация Дашков и К. - изд. 8-е, перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2006. - 525 с.: ил.

18. Понявин, А.В. Олимпийский маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061500 "маркетинг" И 350700 "Реклама" : рек. УМЦ "Проф. учеб." / А.В. Понявин. - М.: Юнити, 2005. - 127 с.: табл.

19. Правовая защита бренда [Электронный ресурс] / Ленина // Вестник Пензенского государственного университета .— 2015 .— №4 .— С. 110-112 . — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/549731

20. Прошкина, Т.П. Маркетинг: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования : доп. М-вом образования РФ / Т.П. Прошкина. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 315 с.: табл.

21. Рева В.Е. Управление репутацией: учебное пособие. – М.: Издательство: ИТК Дашков и К, 2013.

22. Сайкин, Е. А. Основы брендинга : учебное пособие : [16+] / Е. А. Сайкин ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 55 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576511

23. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров, студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Л.С. Сальникова. - М.: Юрайт, 2013. - 303 с.: табл.

24. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 и специальности 030601 : доп. УМО по классич. унив. образованию / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберга. - М.: Аспект пресс, 2011. - 198 с.: табл.

25. Стратегия создания и продвижения бренда [Электронный ресурс] / Проконина, Орлова, Щелокова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов .— 2016 .— №1 .— С. 113-118 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/494400

26. Теория и практика связей с общественностью: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" : рек. УМО по образованию в обл. междунар. отношений

МГИМО (Ун-т) МИД РФ по связям с общественностью / А.В. Кочеткова [и др.]. - 2-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 233 с.: табл.

27. Тимофеев, М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз) : учеб. пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: РИОР, [2010]. - 192 с.: табл.

28. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью" : доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.: ил.

29. Шарков, Ф.И. Паблик Рилейшнз: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" : рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. международ. отношений / Ф.И. Шарков; Международ. ун-т бизнеса и управления. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 329 с.

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Весь рекламный рынок России. – https://www.alladvertising.ru
2. Медиалогия. - http://www.mlg.ru
3. Интерфакс. - http://www.interfax.ru/
4. Эксперт (деловой еженедельник). - http://expert.ru/
5. МОК. - http://www.olympic.org/
6. Сайты спортивных федераций, клубов, персональные сайты спортсменов.
7. Сайты СМИ о спорте (http://www.sport.ru/, http://news.sportbox.ru/sport, http://www.topsport.ru/ts/index.asp, http://www.championat.com/, телеканал https://matchtv.ru).

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.04, Брендинг в сфере спорта» ***для обучающихся Гуманитарного института 3 курса и 4 курса обучения направления подготовки/специальности*** 42.03.01 **–** «Реклама и связи с общественностью» ***направленности (профилю)*** **–** «Спортивная реклама и PR» *очной и заочной* ***форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Сроки изучения дисциплины (модуля): по очной форме – *5 семестр*,
по заочной форме – *7 семестр*
Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Презентация по теме 1 «*Теоретические основы брендинга*».*	*3 неделя*	*5*
2	*Выполнение практического задания №1 (Аудит бренда) по теме* 2 «Маркетинговые исследования бренда*»*	*6 неделя*	*10*
3	*Выполнение практического задания №2 (Создание и расширение спортивных брендов) по теме* 3 *«*Разработка бренда (бренд-билдинг)*»*	*8 неделя*	*10*
4	*Написание эссе по теме 4 «*Особенности управления спортивными брендами*»*	*10 неделя*	*10*
5	*Деловая игра по теме 4 «Развитие и продвижение брендов»*	*14 неделя*	*15*
6	*Выполнение практического задания №4 (Решение кейса) по теме 5 «*Особенности управления спортивными брендами*»*	*17 неделя*	*10*
7	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого		**70 баллов**
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

1	*Контрольная работа по теме 1 «Основные понятия курса»*	*5*
	*Презентация по теме «*Модели построения архитектуры брендов*»*	*10*
3	*Выполнение практического задания №3 (Разработка бренд-бука спортивного клуба) по теме «*Разработка бренда (бренд-билдинг)*»*	*15*
4	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.04, БРЕНДИНГ В СФЕРЕ СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): по очной форме обучения - *5* семестр, по заочной форме обучения – *7* семестр.

3. Цель освоения дисциплины (модуля): обучение студентов теоретическим основам и методологическому инструментарию брендирования, принципам и технологии формирования и продвижения брендов; формирование понимания роли и предназначения брендов в деятельности компаний; создание целостного представления о том, каким образом организации создают бренды, какие стратегии они используют для их развития, и каковы особенности управления спортивными брендами.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-5	***Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах***	***5***		***7***
УК-5.2	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	5		7
УК-5.3	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм	5		7
УК-5.6	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	5		7
ПК-3	***Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	***5***		***7***
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	5		7
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-	5		7

	кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности			
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	5		7

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основы брендинга.	5	4	4	8		
2	Тема 2. Маркетинговые исследования в брендинге	5	4	6	10		
3	Тема 3. Разработка бренда (бренд-билдинг)	5	4	4	10		
4	Тема 4. Развитие и продвижение брендов.	5	4	6	10		
5	Тема 5. Особенности управления спортивными брендами	5	4	8	13		
Итого часов:			**20**	**28**	**51**	**9**	***экзамен***

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Теоретические основы брендинга.	7	1	1	12		
2	Тема 2. Маркетинговые исследования в брендинге	7	1	2	16		
3	Тема 3. Разработка бренда (бренд-билдинг)	7	1	2	16		

4	Тема 4. Развитие и продвижение брендов.	7	1	1	16		
5	Тема 5. Особенности управления спортивными брендами	7	-	4	25		
Итого часов:			**4**	**10**	**85**	**9**	***экзамен***

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.05.ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института РГУФКСМиТ
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Составитель:
Майоров Олег Вячеславович – к.п.н., доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины являются:

– овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими умениями по организации отдела рекламы в сфере физической культуры и спорта;

– обучение студентов теоретическим основам технологий рекламы, ознакомление с тенденциями, новыми эффективными идеями и различными приемами в области рекламы;

– выработка первых практических навыков эффективного использования PR технологий и рекламы в сфере спорта и физической культуры.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к дисциплинам обязательной части и читается по очной форме обучения на втором курсе (3,4 семестр) и заочной форме обучения (5,6 семестр).

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриата Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов, как «Введение в коммуникационные специальности», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы маркетинга», «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Теория и практика рекламы», будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Брендинг в сфере спорта», «Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры

и спорта», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Копирайтинг», «Основы медиапланирования», «Принципы и технологии создания рекламного продукта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	**Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**	***3,4***		***5,6***
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	3,4		5,6
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	3,4		5,6
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	3,4		5,6
ПК-1	**Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций**	***3,4***		***5,6***
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	3,4		5,6
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	3,4		5,6
	ПК-1.3. Применяет	3,4		5,6

	основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами			
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	3,4		5,6
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	3,4		5,6
ПК-2	**Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности**	***3,4***		***5,6***
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и реклам	3,4		5,6
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	3,4		5,6
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	3,4		5,6
ПК-3	**Способ*ен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	***3,4***		***5,6***
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	3,4		5,6
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	3,4		5,6
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	3,4		5,6
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	3,4		5,6
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	3,4		5,6
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	3,4		5,6
ПК-4	**Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью**	**3,4**		**5,6**
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с	3,4		5,6

	общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта			
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	3,4		5,6
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	3,4		5,6
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	3,4		5,6
ПК-5	**Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта**	***3,4***		***5,6***
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	3,4		5,6

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 **зачетных единиц**, 216 **академических часа**

<u>Очная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
2 курс		***3,4***	***18***	***26***	***62***	***9***	
3 семестр		***3***	***14***	***22***	***63***	***9***	***зачет***
1	Тема 1. Значение рекламы для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела рекламы спортивных организаций	3	4	4	12	-	
2	Тема 2. Структура отдела с рекламы. Требования к	3	2	2	10	-	

	специалистам						
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования отдела рекламы спортивных организаций	3	2	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	3	2	6	13	-	
5	Тема 5. Принципы разработки рекламных кампаний и коммуникационных проектов	3	4	8	18	-	
4 семестр		***4***	***18***	***26***	***55***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Базовые инструменты рекламных кампаний	4	2	4	7		
7	Тема 7. Основные административно-организационные функционалы рекламных проектах	4	4	4	8		
8	Тема 8. Организация рекламы спортивных спецмероприятий: выставки, конференции , соревнования	4	2	4	8		
9	Тема 9. Производственный сегмент в отделе рекламы	4	4	6	10		
10	Тема 10. Оценка эффективности рекламных кампаний	4	4	6	10		
11	Тема 11. Типичные кейсы PR в спорте.	4	4	4	8		
Итого часов 216:			**36**	**54**	**117**	**18**	

<u>Заочная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
4 курс		***5,6***					
5 семестр		***5***	***4***	***6***	***62***		***За***
1	Тема 1. Значение рекламы для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела рекламы спортивных организаций	5	4	4	12	-	
2	Тема 2. Структура отдела с	5	2	2	10	-	

	рекламы. Требования к специалистам						
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования отдела рекламы спортивных организаций	5	2	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	2	6	13	-	
5	Тема 5. Принципы разработки рекламных кампаний и коммуникационных проектов	5	4	8	18	-	
6 семестр		***6***	***4***	***6***	***125***	***9***	***Экзаме***
6	Тема 6. Базовые инструменты рекламных кампаний	6	2	4	7		
7	Тема 7. Основные административно-организационные функционалы рекламных проектах	6	4	4	8		
8	Тема 8. Организация рекламы спортивных спецмероприятий: выставки, конференции , соревнования	6	2	4	8		
9	Тема 9. Производственный сегмент в отделе рекламы	6	4	6	10		
10	Тема 10. Оценка эффективности рекламных кампаний	6	4	6	10		
11	Тема 11. Типичные кейсы PR в спорте.	6	4	4	8		
Итого часов 216:			**9**	**12**	**187**	**18**	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Очная форма

Зачет, экзамен

Перечень вопросов к зачету, экзамену

1. Ключевые понятия: «связи с общественностью», «PR», «рекламная и PR кампания», «журналистика», «маркетинг».
2. Принципы и основы стратегического развития сферы спорта посредством PR.
3. Роль PR в современном обществе и в сфере ФКиС.
4. Принципы и технологии создания коммуникационных проектов в сфере спорта.
5. Базовые принципы разработки PR и рекламных кампаний.
6. Особенности рекламы, PR и журналистики в сфере спорта.
7. PR и реклама как средство развитие спорта и физической культуры
8. PR как средство развитие спортивной индустрии
9. Типовая структура отдела по связям с общественностью спортивных организаций.
10. Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы.
11. Основные виды PR-документов. Базовые документы при общении со СМИ.
12. PR-документы для общения со «внешними аудиториями».
13. Действия специалиста по связям с общественностью до и после проведения пресс-конференции.
14. Законодательная база кадровой работы PR-отдела.
15. Издательская деятельность отдела по связям с общественностью.
16. Целевые аудитории в сфере ФКиС как объект воздействия для PR-структур.
17. Спец.мероприятия для СМИ и их представителей.
18. Особенности организации отдела по связям с общественностью и рекламы в спортивной фирме или компании.

19. Организация выпуска периодических изданий.

20. Аспекты организации спортивных выставок.

21. Особенности выпуска сувенирной продукции спортивной организации.

22. Понятие событийного маркетинга и специальных мероприятий, роль специалиста по связям с общественностью в подготовке и реализации.

23. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.

24. Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.

25. Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.

26. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности PR-отдела.

27. PR как средство формирования имиджа и репутации в спорте.

28. Базовые методы исследования в деятельности PR-отдела.

29. Основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.

30. Взаимодействие с целевыми аудиториями в информационном пространстве, включая Интернет.

31. Интернет и социальные сети как инструменты развития спорта и ФК.

32. Работа со СМИ в спортивных организациях.

33. Роль event-технологий в сфере спорта.

34. Имидж и репутация спортсмена.

35. Базовые стратегии формирования и продвижения имиджа и репутации спортивной организации.

36. Специфика управления PR-процессами в работе спортивных организаций.

37. Методы оперативного планирования и оперативного контроля в деятельности по связям с общественностью в сфере ФКиС.

38. Требования к знаниям и навыками специалисты для работы в отделах связей с общественность в сфере ФКиС.

39. Роль PR при продвижении спортивных товаров и (или) услуг.

40. Инструментарий профессиональной адаптации с целью овладения навыками работы в отделе PR.

Заочная форма

Зачет, экзамен

Перечень вопросов к зачету, экзамену

1. Ключевые понятия: «связи с общественностью», «PR», «рекламная и PR кампания», «журналистика», «маркетинг».

2. Принципы и основы стратегического развития сферы спорта посредством PR.

3. Роль PR в современном обществе и в сфере ФКиС.

4. Принципы и технологии создания коммуникационных проектов в сфере спорта.

5. Базовые принципы разработки PR кампаний.

6. Особенности рекламы, PR и журналистики в сфере спорта.

7. PR как средство развитие спорта и физической культуры.

8. PR как средство развитие спортивной индустрии.

9. Типовая структура отдела по связям с общественностью спортивных организаций.

10. Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы.

11. Основные виды PR-документов. Базовые документы при общении со СМИ.

12. PR-документы для общения со «внешними аудиториями».

13. Действия специалиста по связям с общественностью до и после проведения пресс-конференции.

14. Законодательная база кадровой работы PR-отдела.

15. Издательская деятельность отдела по связям с общественностью.

16. Целевые аудитории в сфере ФКиС как объект воздействия для PR-структур.

17. Спец.мероприятия для СМИ и их представителей.

18. Особенности организации отдела по связям с общественностью и рекламы в спортивной фирме или компании.

19. Организация выпуска периодических изданий.

20. Аспекты организации спортивных выставок.

21. Особенности выпуска сувенирной продукции спортивной организации.

22. Понятие событийного маркетинга и специальных мероприятий, роль специалиста по связям с общественностью в подготовке и реализации.

23. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.

24. Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.

25. Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.

26. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности PR-отдела.

27. PR как средство формирования имиджа и репутации в спорте.

28. Базовые методы исследования в деятельности PR-отдела.

29. Основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.

30. Взаимодействие с целевыми аудиториями в информационном пространстве, включая Интернет.

31. Работа с целевыми аудиториями в информационном пространстве

32. Интернет и социальные сети как инструменты развития спорта и ФК.

33. Работа со СМИ в спортивных организациях.

34. Роль event-технологий в сфере спорта.

35. Имидж и репутация спортсмена.

36. Базовые стратегии формирования и продвижения имиджа и репутации спортивной организации.

37. Специфика управления PR-процессами в работе спортивных организаций.

38. Методы оперативного планирования и оперативного контроля в деятельности по связям с общественностью в сфере ФКиС.

39. Требования к знаниям и навыками специалисты для работы в отделах связей с общественность в сфере ФКиС.

40. Роль PR при продвижении спортивных товаров и (или) услуг.

41. Инструментарий профессиональной адаптации с целью овладения навыками работы в отделе PR.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031.

2. Карпова, С.В. Рекламное дело: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата, для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям: рек. УМО высш. образования / С.В. Карпова; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 431 с.: ил.

3. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093.

б) Дополнительная литература:

1. Абросимов Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании - Москва: Лаборатория книги, 2012

2. Алексеев, С.В. Спортивный маркетинг: Правовое регулирование: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 032101, 080111, 030500: рек. УМЦ "Проф. учеб.": рек. Науч.-исслед. ин-том образования и науки : рек. Науч.-метод. советом по физ. культуре М-ва образования и науки РФ / С.В. Алексеев ; под ред. заслуж. юриста РФ, д-ра юрид. наук, проф. П.В. Крашенинникова; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М.: Закон и право: Юнити-Дана, 2015. - 640 с.: рис., табл.

3. Афанасьев, Г.С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг / Г.С. Афанасьев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 108 с. - ISBN 978-5-504-00802-8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178

4. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям : рек. М-вом образования и науки РФ / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн ; под ред. Г.Л. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 733 с.: табл.

5. Беркутова, Т.А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111: доп. умо по образованию в обл. маркетинга / Т.А. Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 254 с.: ил.

6. Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций / А.Д. Бутакова. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 101 с. - ISBN 978-5-504-00854-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857

7. Девлетов, О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов / О.У. Девлетов. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 348 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6473-5; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705.

8. Демешин, Л.В. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности / Л.В. Демешин. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 145 с. - ISBN 978-5-504-00515-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141479

9. Джафаров, К.А. Исследования в рекламе: учебное пособие / К.А. Джафаров. - Новосибирск: НГТУ, 2010. - 92 с. - ISBN 978-5-7782-1462-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957.

10. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438.

11. Интернет-реклама [Электронный ресурс] / Б.Б. Шагдарова .— Улан-Удэ : Бурятский государственный университет, 2016 .— 116 с. — ISBN 978-5-9793-0896-8 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/603246

12. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. 030600, 030601, 031300 : рек. УМО по клас. унив. образованию / Н.Г. Иншакова. - М.: Аспект пресс, 2014. - 256 с.: ил.

13. Исаенко, Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности: учебное пособие / Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2012. - 352 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118545.

14. Казакова, М. Реклама / М. Казакова. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 78 с. - ISBN 978–5–905845–04–8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96915

15. Карпова, С.В. Брендинг: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям : доп. УМО высш. образования / С.В.

Карпова, И.К. Захаренко ; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 439 с.: ил

16. Костина, А.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: электрон. учеб.: рек. Минобрнауки / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Кнорус, 2009. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

17. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы : учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. https://lib.rucont.ru/efd/822379/info

18. Кулаков, А.М. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных и общественных организациях [Электронный ресурс]: метод. указания, задания и учеб. материал для семинар. занятий для студентов 4 курса, обучающихся по направлению 031600.62 : утв. и рек. Эмс Гуманитар. ин-та ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / Кулаков А.М. ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2015

19. Куликов, М.Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки / М.Д. Куликов. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 106 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87036

20. Кунгурцев, К.И. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России / К.И. Кунгурцев. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 109 с. - ISBN 978-5-504-00190-6 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141919

21. Лаптев, А.В. Реклама и PR-технологии в управлении предприятием / А.В. Лаптев. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 112 с. - ISBN 978-5-504-

00566-9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142346

22. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишерз, 2016

23. Мельников, А. ATL и BTL технологии / А. Мельников. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 48 с. - ISBN 978–5–905865–98–5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97286

24. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" : доп. М-вом образования РФ / А.Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: магистр, 2008. - 397 с.: ил.

25. Музыкант, В.Л. Реклама в действии: стратегии продвижения : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401, 080111 : рек. М-вом образования и науки РФ : рек. Междунар. реклам. ассоц. / В.Л. Музыкант. - 2-е изд., доп. - М.: Эксмо, 2009. - 236 с.: ил.

26. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания / Т.В. Никитин. - Москва Лаборатория книги, 2010. - 80 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257

27. Николаев, А.С. Прогнозирование затрат на рекламу / А.С. Николаев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88505

28. Никулина, С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие / С.А. Никулина. - Москва: Директ-Медиа, 2014. - 170 с. - ISBN 978-5-4458-8658-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650.

29. Основы рекламы. Рабочая тетрадь [Электронный ресурс] / Е.В. Бородинова .— : Институт законоведения и управления Всероссийской полицейской ассоциации, 2013 .— 23 с. — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/226804

30. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: учеб. для студентов вузов, обучающихся по эконом. специальностям: рек. М-вом образования РФ / Ф.Г.

Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - Изд. 7-е, перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2005. - 525 с.: ил.

31. Песоцкий, Е.А. Реклама: учеб.-практ. пособие / Е.А. Песоцкий. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2009. - 383 с.: ил.

32. Плиский, Н.Н. Реклама: Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования / Н.Н. Плиский. - Изд. 2-е. - М.: Ленанд, 2016. - 179 с.

33. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651.

34. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. – 144 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

35. Ромат, Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. - 2-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 207 с.: ил.

36. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - Москва : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470.

37. Рыбаков, Ю.П. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии / Ю.П. Рыбаков. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 161 с. - ISBN 978-5-504-00762-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141873

38. Савельева, О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Н.В. Трубникова, О.О. Савельева .— М. : ИТК "Дашков и К", 2019 . — 452 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров) .— ISBN 978-5-394-03119-9 .— Режим доступа: https://rucont.ru/efd/688935

39. Старостова, Л.Э. Эстетика рекламы: учебное пособие / Л.Э. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. - 144 с. - ISBN 978-5-7996-0565-0 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874.

40. Талецкий, П.П. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг / П.П. Талецкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 90 с. - ISBN 978-5-504-00296-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140844

41. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422.

42. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л.Е. Трушина. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 246 с.: табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01087-3 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360 .

43. Усанова, О. Г. Речевое воздействие в рекламе [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. Г. Усанова, Челяб. гос. акад. культуры и искусств, О. Г. Усанова .— : Челябинск, 2006 .— 105 с. — Режим доступа: https://rucont.ru/efd/199865

44. Учёнова, В.В. История рекламы: учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 495 с.: ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298 (18.01.2018).

45. Уштанит, Т. Экономическая и психологическая эффективности рекламной деятельности фирмы / Т. Уштанит. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 173 с. - ISBN 978-5-905835-09-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96887

46. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, С. Мориати, Дж. Бернетт; [пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой]. - 7-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 733 с.: ил.

47. Федотова, Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. Связи с общественностью: рек. Умо вузов РФ по образованию в области междунар. отношений / Л.Н. Федотова. - М.: КАМЕРОН, 2005. - 463 с.: табл.

48. Харитонов, М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М.В. Харитонов. - СПб.: Речь, 2008. - 197 с.

49. Хомяков, В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 264 с.: ил. - ISBN 978-5-4475-9044-4 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726.

50. Цветков, Д.А. Повышение эффективности рекламной деятельности / Д.А. Цветков. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 109 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88286

51. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 157 с.: рис.

52. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 184 с.: рис. 246090

53. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью":

доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2014. - 159 с.: табл.

54. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью": доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.: ил.

55. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. - Библиогр.: с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930 .

56. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044.

57. Шарков, Ф.И. Паблик Рилейшнз: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью": рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. международ. отношений / Ф.И. Шарков; Международ. ун-т бизнеса и управления. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 329 с.

58. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" : рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Ф.И. Шарков Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 347 с.

59. Шацкий, П.С. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B / П.С. Шацкий. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 134 с. - ISBN 978-5-

504-00032-9 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141474

60. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 128 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8 [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Журнал «Реклама: теория и практика». - http://www.grebennikoff.ru/product/8/

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru

3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.05, Организация работы отделов рекламы в сфере физической культуры и спорта» ***для обучающихся Гуманитарного института 2 и 3 курса направления подготовки/специальности*** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» ***направленности (профилю) –*** «Спортивная реклама и PR» *очной и заочной* ***форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Сроки изучения дисциплины (модуля): 3,4 семестры дневного обучения, 5,6 – заочного обучения

Форма промежуточной аттестации: зачет и *экзамены*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
	2 курс		
3 семестр			
1.	*Выступление на семинаре по теме 1 «*Сущность СО Общие принципы организации деятельности по СО*»*	*3 неделя / 4 неделя*	*5*
2.	*Выступление на семинаре по теме 2 «*История возникновения и развития СО»	*6 неделя*	*5*
3.	*Выступление на семинаре по теме 3 «*Правовое регулирование деятельности в СО»	*8 неделя*	*5*
4.	*Презентация по теме 4 «О*собенности рынка СО*»*	*10 неделя*	*15*
5.	*Выполнение практического задания №1 по теме 4 «*Особенности рынка СО»	*11 неделя / 12 неделя*	*20*
6.	*Презентация по теме 5* «Средства СО и их применение» *(характеристика одного средства СО по выбору студента)*	*15 неделя / 16 неделя*	*20*
7.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 3 семестру		**80 баллов**
	зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**
4 семестр			

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

8.	*Презентация по теме 6 «*Нестандартные методы СО»	*24 неделя*	*5*
9.	*Выступление на семинаре по теме 7 «*Новые виды СО-инструментов*»*	*25 неделя*	*5*
10.	*Выполнение практического задания №2 по теме 7 «*Новые виды и технологии СО»	*28 неделя*	*10*
11.	*Выполнение практического задания №3 по теме 8 «*Рекламное обращение: составляющие, подходы, основные модели восприятия»	*30 неделя / 31 неделя*	*5*
12.	*Выступление на семинаре по теме 9 «*Психологическое воздействие методов СО*»*	*33 неделя*	*5*
13.	*Выполнение практического задания №4 по теме 9 «*Психологическое воздействие методов СО»	*34 неделя*	*10*
14.	*Выполнение практического задания №5 по теме 10 «*Теория поколений и поколенные характеристики в СО»	*38 неделя / 39 неделя*	*10*
15.	*Деловая игра по теме 11 «*Основные составляющие фирменного стиля и их применение в СО»	*42 неделя*	*10*
16.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Итого по 4 семестру		**70 баллов**
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
	3 курс	
3 семестр		
1.	*Контрольная работа по теме «*Сущность рекламы. Общие принципы организации рекламной деятельности*»*	*10*
2.	*Презентация по теме «*Правовое регулирование рекламной деятельности»	*15*
3.	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*
4 семестр		
1.	*Презентация по теме «*Новые виды рекламных коммуникаций в СО*»*	*10*
2.	*Презентация по теме «*Методы психологического воздействия на потребителя*»*	*10*
3.	*Тестирование по общим основам деятельности по СО*	*10*
4.	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из

списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.05 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных единицы, 216 академических часа.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): *3,4* семестры – дневное обучение, 5,6 - заочное

3. Цель освоения дисциплины (модуля):

Целями освоения дисциплины являются:

– овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими умениями по организации отдела рекламы в сфере физической культуры и спорта;

– обучение студентов теоретическим основам технологий рекламы, ознакомление с тенденциями, новыми эффективными идеями и различными приемами в области рекламы;

– выработка первых практических навыков эффективного использования PR технологий и рекламы в сфере спорта и физической культуры.

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-2	**Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**	***3,4***		***5,6***
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения	3,4		5,6

	профессиональных задач.			
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	3,4		5,6
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	3,4		5,6
ПК-1	**Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций**	***3,4***		***5,6***
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	3,4		5,6
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	3,4		5,6
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	3,4		5,6
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	3,4		5,6
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	3,4		5,6
ПК-2	**Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности**	***3,4***		***5,6***
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и реклам	3,4		5,6
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	3,4		5,6
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	3,4		5,6
ПК-3	**Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью**	***3,4***		***5,6***
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	3,4		5,6

	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	3,4		5,6
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	3,4		5,6
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	3,4		5,6
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	3,4		5,6
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	3,4		5,6
ПК-4	**Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью**	**3,4**		**5,6**
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	3,4		5,6
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	3,4		5,6
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	3,4		5,6
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	3,4		5,6
ПК-5	**Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта**	***3,4***		***5,6***
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	3,4		5,6
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	3,4		5,6

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

<u>Очная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
2 курс		***3,4***	***18***	***26***	***62***	***9***	
3 семестр		***3***	***14***	***22***	***63***	***9***	***зачет***
1	Тема 1. Значение рекламы для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела рекламы спортивных организаций	3	4	4	12	-	
2	Тема 2. Структура отдела с рекламы. Требования к специалистам	3	2	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования отдела рекламы спортивных организаций	3	2	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	3	2	6	13	-	
5	Тема 5. Принципы разработки рекламных кампаний и коммуникационных проектов	3	4	8	18	-	
4 семестр		***4***	***18***	***26***	***55***	***9***	***экзамен***
6	Тема 6. Базовые инструменты рекламных кампаний	4	2	4	7		
7	Тема 7. Основные административно-организационные функционалы рекламных проектах	4	4	4	8		
8	Тема 8. Организация рекламы спортивных спецмероприятий: выставки, конференции , соревнования	4	2	4	8		
9	Тема 9. Производственный сегмент в отделе рекламы	4	4	6	10		
10	Тема 10. Оценка эффективности рекламных кампаний	4	4	6	10		
11	Тема 11. Типичные кейсы PR в спорте.	4	4	4	8		
Итого часов 216:			**36**	**54**	**117**	**18**	

Заочная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
4 курс		***5,6***					
5 семестр		***5***	***4***	***6***	***62***		***Зачет***
1	Тема 1. Значение рекламы для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела рекламы спортивных организаций	5	4	4	12	-	
2	Тема 2. Структура отдела с рекламы. Требования к специалистам	5	2	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования отдела рекламы спортивных организаций	5	2	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	2	6	13	-	
5	Тема 5. Принципы разработки рекламных кампаний и коммуникационных проектов	5	4	8	18	-	
6 семестр		***6***	***4***	***6***	***125***	***9***	***Экзамен***
6	Тема 6. Базовые инструменты рекламных кампаний	6	2	4	7		
7	Тема 7. Основные административно-организационные функционалы рекламных проектах	6	4	4	8		
8	Тема 8. Организация рекламы спортивных спецмероприятий: выставки, конференции , соревнования	6	2	4	8		
9	Тема 9. Производственный сегмент в отделе рекламы	6	4	6	10		
10	Тема 10. Оценка эффективности рекламных кампаний	6	4	6	10		
11	Тема 11. Типичные кейсы PR в спорте.	6	4	4	8		
Итого часов 216:			**9**	**12**	**187**	**18**	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.06 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ PR В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института РГУФКСМиТ
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № __ от «__» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Протокол № __ от «__» _____ 201___ г.

Составители:

Майоров Олег Вячеславович - доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ

Рецензент:

_____

(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины являются:

– овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими умениями по организации отдела по связям с общественностью в сфере физической культуры;

– обучение студентов теоретическим основам технологий по связям с общественностью, ознакомление с тенденциями, новыми эффективными идеями и различными приемами в области связей с общественностью;

– выработка первых практических навыков эффективного использования PR технологий в сфере спорта и физической культуры.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина относится к разряду модуля профильных дисциплин базовой части – **Б1.В.06**, и предназначена для ознакомления студентов с комплексом теоретических знаний и приобретения практических умений в области организации отделов связей с общественностью и других подразделений организации, связанных с ведением общественных и внутрикорпоративных коммуникаций (отделы рекламы и маркетинга), а также:

– знакомства студентов с актуальными организационными основами деятельности отделов СО;

– формирования у студентов представления о задачах и принципах функционирования отделов PR, маркетинга, рекламы;

– выработки навыков построения, поддержки и развития межличностных отношений в отделах рекламы, маркетинга и СО между сотрудниками.

Преподавание данного курса позволит сформировать и расширять область профессиональной подготовки студентов, готовящихся к аналитической и практической деятельности в сфере физической культуры и спорта.

Дисциплина «Организация работы отделов PR сфере физической культуры и спорта» читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 5й и 6й семестре; по заочной форме обучения – на втором курсе – в 7й и 8й семестре.

Дисциплина представляет цикл гуманитарных социально-экономических дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой студентов Гуманитарного института РГУФКСМиТ.

Освоение учебного материала на дневном обучении способствует эффективному параллельному прохождению других теоретических дисциплин таких как «Проведение PR-компаний в сфере физической культуры и спорта», «Теория и практика массовой информации», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Event-технология в сфере физической культуры и спорта».

На заочном обучении освоение программы способствует эффективному параллельному таких дисциплин как «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Брендинг в сфере спорта», «Проведение PR-компаний в сфере физической культуры и спорта», «Репутационный PR в сфере спорта».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	3	5	6	7
УК-2	**Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**	**5,6**		**7,8**
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	5,6		7,8
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	5,6		7,8
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	5,6		7,8
ПК-1	**Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций**	**5,6**		7,8
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	5,6		7,8
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	5,6		7,8
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	5,6		7,8
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	5,6		7,8
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	5,6		7,8
ПК-2	**Способен строить свою профессиональную деятельность**	**5,6**		

	на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности			
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и реклам	5,6		7,8
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	5,6		7,8
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	5,6		7,8
ПК-3	**Способ*ен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	**5,6**		
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5,6		7,8
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	5,6		7,8
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	5,6		7,8
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	5,6		7,8
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	5,6		7,8
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	5,6		7,8
ПК-4	**Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью**	**5,6**		
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5,6		7,8
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	5,6		7,8
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	5,6		7,8
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации.	5,6		7,8
ПК-5	**Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта**	**5,6**		
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5,6		7,8

	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5,6		7,8
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5,6		7,8

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 **зачетных единиц**, 216 **академических часов**.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	10	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	5	2	4	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	2	4	10	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	5	2	4	12	-	
6	Тема 6. Типовые способы оценки	5	2	4	12	-	

	эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы						
	Итого – 108 часа:		***18***	***26***	***64***		***зачет***
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	6	2	4	8	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	6	2	2	8	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	6	4	6	8	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	6	4	4	8	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	6	4	6	8	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	6	4	6	11	-	
	Итого 108 часов:		***20***	***28***	***51***	***9***	***экзамен***
	Итого часов – 216:		**38**	**54**	**115**	**9**	

<u>Заочная</u> форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	7	0,5		8	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	7	0,5	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	7	0,5	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	7	0,5	2	10	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR -	7	1	2	10	-	

	кампаний и коммуникационных проектов						
6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	7	1	2	10	-	
	Итого – 72 часа:		***4***	***10***	***58***		***зачет***
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	8	0,5		10	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	8	0,5	2	10	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	8	0,5	2	20	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	8	0,5	2	20	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	8	1	2	20	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	8	1	2	41	-	
	Итого 144 часов:		***4***	***10***	***121***	***9***	***экзамен***
	Итого часов – 26:		**8**	**20**	**1179**	**9**	

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).

<u>Очная</u> форма

Перечень вопросов к зачету

1. Ключевые понятия: «связи с общественностью», «PR», «рекламная и PR кампания», «журналистика», «маркетинг».

2. Принципы и основы стратегического развития сферы спорта посредством PR.

3. Роль PR в современном обществе и в сфере ФКиС.

4. Принципы и технологии создания коммуникационных проектов в сфере спорта.

5. Базовые принципы разработки PR кампаний.

6. Особенности рекламы, PR и журналистики в сфере спорта.

7. PR как средство развитие спорта и физической культуры

8. PR как средство развитие спортивной индустрии

9. Типовая структура отдела по связям с общественностью спортивных организаций.

10. Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы.

11. Основные виды PR-документов.Базовые документы при общении со СМИ.

12. PR-документы для общения со «внешними аудиториями».

13. Действия специалиста по связям с общественностью до и после проведения пресс-конференции.

14. Законодательная база кадровой работы PR-отдела.

15. Издательская деятельность отдела по связям с общественностью.

16. Целевые аудитории в сфере ФКиС как объект воздействия для PR-структур.

17. Спец.мероприятия для СМИ и их представителей.

18. Особенности организации отдела по связям с общественностью и рекламы в спортивной фирме или компании.

19. Организация выпуска периодических изданий.

20. Аспекты организации спортивных выставок.

21. Особенности выпуска сувенирной продукции спортивной организации.

22. Понятие событийного маркетинга и специальных мероприятий, роль специалиста по связям с общественностью в подготовке и реализации.

23. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.

24. Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.

25. Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.

26. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности PR-отдела.

Перечень вопросов к экзамену

1. PR как средство формирования имиджа и репутации в спорте.
2. Базовые методы исследования в деятельности PR-отдела.
3. Основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.
4. Взаимодействие с целевыми аудиториями в информационном пространстве, включая Интернет.
5. Интернет и социальные сети как инструменты развития спорта и ФК.
6. Работа со СМИ в спортивных организациях.
7. Роль event-технологий в сфере спорта.
8. Имидж и репутация спортсмена.
9. Базовые стратегии формирования и продвижения имиджа и репутации спортивной организации.
10. Специфика управления PR-процессами в работе спортивных организаций.
11. Методы оперативного планирования и оперативного контроля в деятельности по связям с общественностью в сфере ФКиС.
12. Требования к знаниям и навыками специалисты для работы в отделах связей с общественность в сфере ФКиС.
13. Роль PR при продвижении спортивных товаров и (или) услуг.
14. Инструментарий профессиональной адаптации с целью овладения навыками работы в отделе PR.

Заочная форма

Перечень вопросов к зачету

1. Ключевые понятия: «связи с общественностью», «PR», «рекламная и PR кампания», «журналистика», «маркетинг».
2. Принципы и основы стратегического развития сферы спорта посредством PR.
3. Роль PR в современном обществе и в сфере ФКиС.
4. Принципы и технологии создания коммуникационных проектов в сфере спорта.
5. Базовые принципы разработки PR кампаний.
6. Особенности рекламы, PR и журналистики в сфере спорта.
7. PR как средство развитие спорта и физической культуры
8. PR как средство развитие спортивной индустрии
9. Типовая структура отдела по связям с общественностью спортивных организаций.
10. Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы.
11. Основные виды PR-документов.Базовые документы при общении со СМИ.
12. PR-документы для общения со «внешними аудиториями».
13. Действия специалиста по связям с общественностью до и после проведения пресс-конференции.
14. Законодательная база кадровой работы PR-отдела.
15. Издательская деятельность отдела по связям с общественностью.
16. Целевые аудитории в сфере ФКиС как объект воздействия для PR-структур.
17. Спец.мероприятия для СМИ и их представителей.
18. Особенности организации отдела по связям с общественностью и рекламы в спортивной фирме или компании.
19. Организация выпуска периодических изданий.
20. Аспекты организации спортивных выставок.

21. Особенности выпуска сувенирной продукции спортивной организации.

22. Понятие событийного маркетинга и специальных мероприятий, роль специалиста по связям с общественностью в подготовке и реализации.

23. Аспекты проведения организации пресс-конференции и брифингов.

24. Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.

25. Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.

26. Формальные и неформальные коммуникации в деятельности PR-отдела.

Перечень вопросов к экзамену

1. PR как средство формирования имиджа и репутации в спорте.
2. Базовые методы исследования в деятельности PR-отдела.
3. Основные PR-средства воздействия на целевую аудиторию в сфере спорта.
4. Взаимодействие с целевыми аудиториями в информационном пространстве, включая Интернет.
5. Интернет и социальные сети как инструменты развития спорта и ФК.
6. Работа со СМИ в спортивных организациях.
7. Роль event-технологий в сфере спорта.
8. Имидж и репутация спортсмена.
9. Базовые стратегии формирования и продвижения имиджа и репутации спортивной организации.
10. Специфика управления PR-процессами в работе спортивных организаций.
11. Методы оперативного планирования и оперативного контроля в деятельности по связям с общественностью в сфере ФКиС.
12. Требования к знаниям и навыками специалисты для работы в отделах связей с общественность в сфере ФКиС.

13. Роль PR при продвижении спортивных товаров и (или) услуг.

14. Инструментарий профессиональной адаптации с целью овладения навыками работы в отделе PR.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Алексеев, С.В. Спортивный маркетинг: правовое регулирование: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 032101, 080111, 030500: рек. УМЦ "Проф. учеб.": рек. Науч.-исслед. ин-том образования и науки: рек. Науч.-метод. советом по физ. культуре М-ва образования и науки РФ / С.В. Алексеев; под ред. заслуж. юриста РФ, д-ра юрид. наук, проф. П.В. Крашенинникова; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М.: Закон и право: Юнити-Дана, 2015. - 640 с.: рис, табл.

2. Алексеев, С.В. Спортивный менеджмент: Регулирование орг. и проведения физкультур. и спортив. мероприятий: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 032101, 080507, 030500: рек. УМЦ "Проф. учеб.": рек. Науч.-исслед. ин-том образования и науки: рек. Науч.-метод. советом по физ. культуре М-ва образования и науки РФ / С.В. Алексеев; под ред. заслуж. юриста РФ, д-ра юрид. наук, проф. П.В. Крашенинникова; М-во образования и науки РФ, Моск. гос. юрид. ун-т им. О.Е. Кутафина (МГЮА). - М.: Закон и право: Юнити-Дана, 2015. - 681 с.: ил.

3. Алтухов, С. Ивент - менеджмент в спорте: Упр. спортив. мероприятиями: [учеб.-метод пособие] / Сергей Алтухов. - М.: Сов. спорт, 2013. - 206 с.: ил.

4. Бузин, В.Н. Медиапланирование для практиков / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - М.; СПб.: Вершина, 2006. - 443 с.: ил.

5. Ворошилов, В.В. Журналистика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. специальностям: рек. М-вом общ. и проф.

образования РФ / В.В. Ворошилов, С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. - 7-е изд., стер. - М.: Кнорус, 2010. - 491 с.: табл.

6. Казакова, Н.А. Современный стратегический анализ: учеб. и практикум для магистратуры и студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям: рек. УМО высш. образования / Н.А. Казакова; Рос. эконом. ун-т им. Г.В. Плеханова. - М.: Юрайт, 2015. - 500 с.: ил.

7. Карпова, С.В. Рекламное дело: учеб. и практикум для приклад. бакалавриата, для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям: рек. УМО высш. образования / С.В. Карпова; Финансовый ун-т при правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 431 с.: ил.

8. Минникаева, Н.В. Организация физкультурно-оздоровительных мероприятий: учеб. пособие / Н.В. Минникаева; М-во образования и науки РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Кемер. гос. ун-т". - Кемерово: [Изд-во КГУ], 2014. - 119 с.: ил.

9. Назайкин, А. Современное медиапланирование: Традицион. СМИ, а также реклама в интернете (медийная и контекстная): учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600, 030601: доп. умо по клас. унив. образованию / Александр Назайкин. - [4-е изд., доп.]. - М.: СОЛОН-Пресс, 2016. - 447 с.

10. Начинская, С.В. Основы экономики и менеджмента в сфере физической культуры и спорта: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению "Пед. образование" / С.В. Начинская. - М.: Academia, 2014. - 160 с.: табл.

11. Спортивный менеджмент: Принципы и применение = Sport and applications: Principles and applications / Рассел Хойя [и др.]. - Изд. 3-е. - М.: Рид Медиа, 2013. - 351 с.: ил.

12. Управление спортивной организацией: учеб. пособие: направление подгот. 034300.62, 034300.68, 080200.62, 080200.68: профили подгот.: "Спортив. подгот.", "Менеджмент орг.": магистер. прогр.: "Менеджмент и экономика в

сфере физ. культуры и спорта", "Спортив. менеджмент": квалификация (степень) выпускника - бакалавр, магистр / Блеер А.Н. [и др.]; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2014. - 402 с.: табл.

13. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью": доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.: ил.

б) Дополнительная литература:

1. Анашкина, Н.А. Этика и право в связях с общественностью [Электронный ресурс]: метод рекомендации: направление подгот. 42.03.01: профили подгот.: "Спортив. реклама и PR", "Реклама и связи с обществ. в сфере СМИ": квалификация (степень) выпускника - Бакалавр: формы обучения - оч.: утв. и рек. Эмс Гуманитар. ин-та ФГБОУ ВО "РГУФКСМиТ" / Анашкина Н.А.; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2017.

2. Бердышев, С.Н. Информационный маркетинг: практ. пособие / С.Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2009. - 215 с.: табл.

3. Беркутова, Т.А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111: доп. умо по образованию в обл. маркетинга / Т.А. Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 254 с.: ил.

4. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособие / Борисов Борис Леонидович. - М.: Гранд-фаир, 2001. - 618 с.: ил.

5. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: Практикум: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью": рек. УМС УМО МГИМО (У) МИД РФ по связям

с общественностью / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов; Федер. агентство по образованию Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Иркут. гос. лингвист. ун-т". - М.: АСТ: [АСТ Москва]: Восток-Запад, [2008]. - 316 с.: ил.

6. Ворошилов, В.В. Теория и практика массовой информации: учебник / В.В. Воршилов; С.-Перерб. гос. ун-т сервиса и экономики, Фак. журналистика. - СПб.: Михайлова В.А., 2006. - 494 с.: табл.

7. Головлева, Е.Л. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 350700 - реклама: рек. Умо по образованию в обл. коммерции, маркетинга и рекламы при МГИМО (ун-те) МИД РФ / Е.Л. Головлева. - М.: Акад. проект, 2008. - 330 с.: табл.

8. Ким, С.А. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Маркетинг", "Реклама", "Коммерция (торговое дело)": доп. Умо по образованию в обл. коммерции, маркетинга и рекламы / С.А. Ким. - М.: Дашков и К, 2008. - 236 с.: ил.

9. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью": рек. УМЦ "Проф. учеб." / А.Г. Кисилев. - М.: Юнити, 2010. - 431 с.: ил.

10. Коммерческая деятельность в спорте: примеры из междунар. практики: [пер. с англ.] / под ред. Саймона Чедвика, Дейва Артура; Рос. междунар. олимп. ун-т. - М.: [Нац. образование], 2016. - 511 с.: ил.

11. Кочеткова, А.В. Современная пресс-служба: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью": доп. УМО вузов РФ по образованию обл. международных отношений / А.В. Кочеткова, А.С. Тарасов. - М.: Эксмо, 2009. - 270 с.: табл.

12. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; [пер.с англ. С. Жильцов, М. Жильцов, Д. Раевская]; Рос. ассоц. маркетинга, Б-ка Рос. ассоц. маркетинга. - 12-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2008. - 814 с.: ил.

13. Липсиц, И.В. Ценообразование: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг": доп. М-вом образования и науки РФ / И.В. Липсиц. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: магистр, 2009. - 526 с.: ил.

14. Лукичева, Л.И. Управленческие решения: учеб. по специальности "Менеджмент орг.": доп. Советом УМО вузов России по образованию в обл. менеджмента / Л.И. Лукачева, Д.Н. Егорычев; под ред. Ю.П. Анискина. - 6-изд., стер. - М.: Омега-Л, 2011. - 383 с.: табл.

15. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учеб. пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вуз. учеб., 2009. - 204 с.

16. Основы медиабизнеса: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600: доп. Советом по журналистике Умо по клас. унив. образованию / под ред. Е.Л. Вартановой. - М.: Аспект пресс, 2009. - 360 с.: ил.

17. Степанова, О.Н. Маркетинг в физкультурно-спортивной деятельности: учеб. пособие для образоват. учреждений высш. проф. образования, осуществляющих образоват. деятельность по направлению 032100: рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. физ. культуры / О.Н. Степанова. - М.: Сов. спорт, 2008. - 478 с.: ил. + ОЭД.

18. Русаков, А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 030602 (350400) "Связи с общественностью": рек. УМС УМО МГИМО (Ун-т) МИД РФ по связям с общественностью / А.Ю. Русаков. - СПб.: Михайлова В.А., 2006. - 218 с.

19. Сальникова, Л.С. Репутационный менеджмент современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров, студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Л.С. Сальникова. - М.: Юрайт, 2013. - 303 с.: табл.

20. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью": рек. Учеб.-метод. Советом УМО МГИМО (У) МИД РФ по связщям с общественностью / В.В. Данилина [и др.]; под ред. Л.В Минаевой. - М.: Аспект пресс, 2006. - 287 с.

21. Траут, Д. Маркетинговые войны / Джек Траут, Эл Райс. - 20-е юбил. изд. - М.; СПб.: Питер, 2010. - 292 с.: ил.

22. Чумиков, А.Н. Медиарилейшнз: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 184 с.: рис.

23. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 157 с.: рис.

24. Чумиков, А.Н. Переговоры; Фасилитация; Медиация: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 158 с.: табл.

25. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2014. - 159 с.: табл.

26. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2013. - 173 с.: рис.

27. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2014. - 159 с.: табл.

28. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью": рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Ф.И. Шарков; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 347 с.

29. Кошелева, А.В. Спортивная реклама и PR в современном социуме: вызовы и перспективы : учеб. пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подгот. 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортив. реклама и PR» / Н.В. Протасова; Рос. ун-т спорта (ГЦОЛИФК); А.В. Кошелева .— Москва : РГУФКСМиТ, 2023 .— 283 с. https://lib.rucont.ru/efd/822379/info

30. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. – 144 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=607568

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Медиалогия. - http://www.mlg.ru/
2. Интерфакс. - http://www.interfax.ru/
3. Эксперт (деловой еженедельник). - http://expert.ru/
4. МОК http://www.olympic.org/
5. Профессиональный PR-портал http://www.sovetnik.ru/
6. Портал Реклама, маркетинг, PR http://www.pr-life.ru/
7. Информационный портал http://pr-info.ru/

8. Российская ассоциация специалистов связей в общественностью специализированный http://www.raso.ru/

9. Репутациология – российский журнал о репутации. - http://www.intereconom.com/reputiology.html

10. Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» http://www.press-service.ru/about/

11. Блог о пиарhttp://www.press-service.ru/about/

12. Наука о рекламе http://www.btpr.ru/

13. Блог о пиар и рекламеhttp://www.adme.ru/

14. RWR. Реклама в России. www.rwr.ru

15. allBranding. Технологии брендинга. www.allbranding.ru

16. Технология продажи ТВ рекламы по GRP. www.grp.ru

17. Mediaplan. http://www.mediaplan.ru/

18. Outdoor.ru. Наружная реклама. http://www.outdoor.ru

19. Ресурсы социальной рекламы. http://www.1soc.ru/

20. Аналитический Центр Видео Интернешнл. http://www.acvi.ru/

21. Comcon. http://www.comcon-2.ru/

22. Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. PA http://advtime.ru/

23. Рекламные идеи. О брендинге и креативе http://www.advi.ru/

24. Состав. Портало о рекламе. www.sostav.ru

25. Adindex. Сайт о рекламе и маркетинге. http://www.adindex.ru/

26. Advertology Наука о рекламе. www.advertology.ru

27. AdVesti. Сайт, посвященный рекламодателям. www.advesti.ru

28. Media-online. Все о рекламе. http://www.media-online.ru

29. Сайты спортивных федераций, клубов, персональные сайты спортсменов.

30. Сайты СМИ о спорте (http://www.sport.ru/, http://news.sportbox.ru/sport, http://www.topsport.ru/ts/index.asp, http://www.championat.com/, телеканал https://matchtv.ru).

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет- версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

3. Видео и аудиотехника: видеокамеры, аудио микрофоны, аудио гарнитуры.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю)* «Организация работы отделов PR в сфере физической культуры и спорта» *для обучающихся Гуманитарного института 3 курса, направления подготовки / специальности* 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью *направленности (профилю)* – «Спортивная реклама и PR» *очной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра:	рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля)	5,6 семестры
Форма промежуточной аттестации:	зачет, экзамен

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная **форма**

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]	Максимальное кол-во баллов
5-ый семестр			
1.	*Презентация по теме «Структура по связям отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам»*	*3 неделя*	*10*
2.	*Выполнение практического задания по теме «Принципы разработки PR-кампаний и коммуникационных проектов»*	*6 неделя*	*15*
3.	*Выполнение практического задания по теме «Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций»*	*11 неделя*	*25*
4.	*Презентация по теме «Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы»*	*14 неделя /*	*20*
5.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
6.	*Сдача зачета*		*20*
	Итого по семестру		**100 баллов**
5-ой семестр			

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

7.	*Выполнение практического задания по теме «Базовые инструменты PR -кампаний»*	*22 неделя*	*20*
8.	*Выполнение презентации по теме «Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции»*	*25 неделя*	*20*
9.	*Выполнение презентации по теме «Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»*	*27 неделя*	*20*
10.	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	5 семестр	*5*
1	*Презентация по теме «Структура отдела по связям с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам».*	*5*
2	*Презентация по теме «Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»*	*10*
3	*Эссе по теме, пропущенной студентом*	*5*
4	*Выполнение практического задания по теме «Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы»*	*5*
5	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*10*

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	6 семестр	*5*
1	*Презентация по теме «Актуальные инструменты построения эффективных отношений с целевыми аудиториями».*	*5*
2	*Презентация по теме «Инновационные инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»*	*10*
3	*Эссе по теме, пропущенной студентом*	*5*
4	*Выполнение практического задания по теме «Типовые способы решения кризисных ситуаций в спорте посредством методов PR»*	*5*
5	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю)* «Организация работы отделов PR в сфере физической культуры и спорта»** ***для обучающихся Гуманитарного института 3 курса, направления подготовки / специальности* 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью *направленности (профилю)* – «Спортивная реклама и PR»** ***заочной формы обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра:	рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем.
Сроки изучения дисциплины (модуля)	5,8 семестры
Форма промежуточной аттестации:	зачет, экзамен

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[2]	Максимальное кол-во баллов
7-ый семестр			
11.	*Презентация по теме «Структура по связям отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам»*		*10*
12.	*Выполнение практического задания по теме «Принципы разработки PR-кампаний и коммуникационных проектов»*		*15*
13.	*Выполнение практического задания по теме «Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций»*		*25*
14.	*Презентация по теме «Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы»*		*20*
15.	*Посещение занятий*		*10*
16.	*Сдача зачета*		*20*
	Итого по семестру		**100 баллов**
8-ой семестр			
17.	*Выполнение практического задания по теме «Базовые инструменты PR -кампаний»*		*20*
18.	*Выполнение презентации по теме «Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции»*		*20*
19.	*Выполнение презентации по теме «Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»*		*20*

[2] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

20.	*Посещение занятий*		*10*
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	7 семестр	*5*
1	*Презентация по теме «Структура отдела по связям с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам».*	*5*
2	*Презентация по теме «Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»*	*10*
3	*Эссе по теме, пропущенной студентом*	*5*
4	*Выполнение практического задания по теме «Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы»*	*5*
5	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*10*

№	Виды текущего контроля успеваемости	Максимальное кол-во баллов
	7 семестр	*5*
1	*Презентация по теме «Актуальные инструменты построения эффективных отношений с целевыми аудиториями».*	*5*
2	*Презентация по теме «Инновационные инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ»*	*10*
3	*Эссе по теме, пропущенной студентом*	*5*
4	*Выполнение практического задания по теме «Типовые способы решения кризисных ситуаций в спорте посредством методов PR»*	*5*
5	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*10*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое	2		3	4	5	

выражение оценки	Неудовлетворительно		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.06. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ PR В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная / заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля):** 5,6 семестры – очная форма обучения; 7,8 семестры – заочная форма обучения

3. **Цели освоения дисциплины (модуля):**

Целями освоения дисциплины являются:

– овладение бакалаврами направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» необходимыми теоретическими знаниями и практическими умениями по организации отдела по связям с общественностью в сфере физической культуры;

– обучение студентов теоретическим основам технологий по связям с общественностью, ознакомление с тенденциями, новыми эффективными идеями и различными приемами в области связей с общественностью;

– выработка первых практических навыков эффективного использования PR технологий в сфере спорта и физической культуры.

Дисциплина реализуется на русском языке.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
ОК-8	Знать: основные методы физического воспитания и укрепления здоровья.	5,6		7,8
	Уметь: - регулярно следовать им в повседневной жизни, заботиться о	5,6		7,8

	своем здоровье и здоровье окружающих			
	Владеть: способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; - навыками и средствами самостоятельного, методически правильного достижения должного уровня физической подготовленности.	5,6		7,8
	Знать: - деловую этику и принятые профсообществом этические нормы профессии - социологию массовых коммуникаций - основы проектного планирования; основных методов исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.); знание морфологии поисковых запросов; знание рынка СМИ, его отраслевых особенностей - знание технологий организации мероприятий - знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ - знание технологий и основных методов оценки целевых и промежуточных результатов работ - знание фотографии и видеосъемки и монтажа.	5,6		7,8
ОПК-2	Уметь: - ориентироваться в основных принципах этики деловых отношений - умение логически мыслить; умение лаконично и ясно формулировать свои мысли - уметь разрабатывать календарный план, составлять базы данных, кодировать информацию; писать и оформлять отчеты; оценивать эффективность проведенных кампаний - умение применять фото- и видеотехнологии - понимание принципов визуализации данных	5,6		7,8
	Владеть: - владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность; - навыками работы со специализированными базами СМИ и аналитическими системами; навыками количественного и качественного анализа больших массивов текста; работы со специализированным программным обеспечением для обработки данных; работы со средствами визуализации данных; работы с основными офисными программными продуктами; - базовые навыки и знания управления проектами - навыками подготовки корпоративных документов -навыки работы с визуальными элементами	5,6		7,8
	Знать: PR терминологию в сфере формирования деловой репутации, базовые методы оценки эффективности коммуникационных технологий, применяемых в PR	5,6		7,8
ПК-15	*Уметь*: реализовывать знания в области рекламы и PR при продвижении товаров и (или) услуг спортивной организации, применять навыки построения коммуникационных кампаний в сфере спорта, использования инструментов рекламы	5,6		7,8
	Владеть: владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, управления персоналом	5,6		7,8

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

<u>Очная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	3	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	5	2	4	3	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	3	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	2	4	3	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	5	2	4	3	-	
6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	5	2	4	3	-	
	Итого – 54 часа:		***12***	***24***	***18***	**-**	
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	6	2	4	6	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	6	2	6	6	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	6	2	6	6	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	6	2	4	6	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	6	2	6	6	-	

12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	6	2	6	7	-	
	Итого 90 часов:		***12***	***32***	***37***	***9***	***экзамен***
	Итого часов – 144:		**24**	**56**	**55**	**9**	

<u>заочная</u>форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	7	2	-	10	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	7	-	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	7	-	2	10	-	
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	7	-	-	12	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	7	-	-	12	-	
6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	7	-	-	12	-	
	Итого – 72 часа:		***2***	***4***	***66***		
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	8	2	-	12	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	8	-	-	10	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	8	-	-	12	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	8	-	-	12	-	

11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	8	-	2	12	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	8	-	-	6	-	
	Итого 72 часов:		***2***	***4***	***57***	***9***	***экзамен***
	Итого часов – 144:		**4**	**8**	**123**	**9**	

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-2	**Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**	**5,6**		**7,8**
	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	5,6		7,8
	УК-2.2. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	5,6		7,8
	УК-2.3. Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	5,6		7,8
ПК-1	**Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций**	**5,6**		7,8
	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	5,6		7,8
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	5,6		7,8
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	5,6		7,8

	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	5,6		7,8
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	5,6		7,8
ПК-2	**Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности**	**5,6**		
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и реклам	5,6		7,8
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	5,6		7,8
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	5,6		7,8
ПК-3	**Способ*ен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	**5,6**		
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	5,6		7,8
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности.	5,6		7,8
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования.	5,6		7,8
	ПК-3.4. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	5,6		7,8
	ПК-3.5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	5,6		7,8
	ПК-3.6. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	5,6		7,8
ПК-4	**Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью**	**5,6**		
	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	5,6		7,8
	ПК-4.2. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	5,6		7,8
	ПК-4.3. Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании.	5,6		7,8
	ПК-4.4. Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-	5,6		7,8

	деятельности организации.			
ПК-5	**Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта**	**5,6**		
	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	5,6		7,8
	ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	5,6		7,8
	ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	5,6		7,8

2. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 **зачетных единиц**, 216 **академических часов**.

Очная форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	10	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	5	2	4	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных подразделений связей с общественностью спортивных организаций	5	2	4	10	-	

4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	5	2	4	10	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	5	2	4	12	-	
6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	5	2	4	12	-	
	Итого – 108 часа:		***18***	***26***	***64***		***зачет***
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	6	2	4	8	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	6	2	2	8	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	6	4	6	8	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	6	4	4	8	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	6	4	6	8	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	6	4	6	11	-	
	Итого 108 часов:		***20***	***28***	***51***	***9***	***экзамен***
	Итого часов – 216:		**38**	**54**	**115**	**9**	

<u>Заочная</u> форма

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1	Тема 1. Значение PR для спорта. Теоретические аспекты организации работы отдела связей с общественностью спортивных организаций	7	0,5		8	-	
2	Тема 2. Структура отдела с общественностью спортивной организации. Требования к специалистам	7	0,5	2	10	-	
3	Тема 3. Задачи и принципы функционирования основных	7	0,5	2	10	-	

	подразделений связей с общественностью спортивных организаций						
4	Тема 4. Организация документооборота, движения материальных ресурсов. Планирование финансовых показателей	7	0,5	2	10	-	
5	Тема 5. Принципы разработки PR - кампаний и коммуникационных проектов	7	1	2	10	-	
6	Тема 6. Типовые способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы	7	1	2	10	-	
	Итого – 72 часа:		***4***	***10***	***58***		***зачет***
7	Тема 7. Базовые инструменты PR - кампаний	8	0,5		10	-	
8	Тема 8. Основные административно-организационные функционалы в связях с общественностью	8	0,5	2	10	-	
9	Тема 9. Организация спортивных спецмероприятий: выставки, конференции	8	0,5	2	20	-	
10	Тема 10. Производственный сегмент в отделе по связям с общественностью	8	0,5	2	20	-	
11	Тема 11. Базовые инструменты построения взаимоотношений PR-служб со СМИ	8	1	2	20	-	
12	Тема 12. Типичные кейсы PR в спорте.	8	1	2	41	-	
	Итого 144 часов:		***4***	***10***	***121***	***9***	***экзамен***
	Итого часов – 26:		**8**	**20**	**1179**	**9**	

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.07 РЕПУТАЦИОННЫЙ PR В СФЕРЕ СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института РГУФКСМиТ
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

Протокол № ___ от «___» _____ 201___ г.

Составитель:
Мысенко Галина Владимировна – к.п.н., доцент, доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент:
_____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) «Репутационный PR в сфере спорта» является: изучение понятий репутации и имиджа применительно к спорту как важнейших аспектов работы PR-службы, технологии создания репутации, обучение студентов навыкам управления репутацией.

Дисциплина реализуется на русском языке.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Данная дисциплина предназначена для подготовки студентов по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилю *Спортивная реклама и PR*.

Дисциплина «Репутационный PR в сфере спорта» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, и читается по очной форме обучения – на третьем курсе в 6 семестре, по заочной форме обучения – на четвертом курсе в 8 семестре.

Представляет цикл гуманитарных социальных дисциплин, связанных с профессиональной подготовкой в рамках бакалавриата Гуманитарного института РГУФКСМиТ. Место дисциплины в ряду таких курсов как «Теория и практика связей с общественностью», «Брендинг в сфере спорта», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

В дальнейшем понятия, рассматриваемые в курсе «Репутационный PR в сфере спорта», будут дополнены и конкретизированы в следующих курсах: «Реклама и связи с общественностью в сфере спорта», «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта», «Основы деятельности спортивной пресс-службы».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-2	***Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений***	***6***		***8***
УК-2.1	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	6		8

УК-2.2	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	6		8
УК-2.3	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6		8
ПК-2	***Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности***	***6***		***8***
ПК-2.1	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	6		8
ПК-2.2	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	6		8
ПК-2.3	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	6		8
ПК-3	***Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	***6***		***8***
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	6		8
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	6		8
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	6		8
ПК-4	***Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью***	***6***		***8***
ПК-4.1	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	6		8
ПК-4.2	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	6		8
ПК-4.3	Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании	6		8
ПК-4.4	Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации	6		8
ПК-5	***Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта***	***6***		***8***
ПК-5.1	Использует основные маркетинговые инструменты при	6		8

	планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта			
ПК-5.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	6		8
ПК-5.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	6		8

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**

<u>Очная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основные понятия курса	6	2	2	4	-	
2	Тема 2. Репутация в системе социального взаимодействия	6	2	2	4	-	
3	Тема 3. Основные репутационные характеристики	6	2	4	4	-	
4	Тема 4. Исследование репутации	6	2	4	8	-	
5	Тема 5. Репутационные стратегии	6	2	4	6	-	
6	Тема 6. Технологии репутационного PR	6	4	4	6	-	
7	Тема 7. Репутационный PR в кризисных ситуациях.	6	4	4	8	-	
8	Тема 8. Специфика репутационного PR в спорте	6	2	4	11	-	
Итого часов:			**20**	**28**	**51**	**9**	**экзамен**

<u>Заочная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основные понятия курса	8	1	-	6	-	
2	Тема 2. Репутация в системе социального взаимодействия	8	-	1	6	-	
3	Тема 3. Основные репутационные характеристики	8	1	1	6	-	
4	Тема 4. Исследование репутации	8	-	1	6	-	
5	Тема 5. Репутационные стратегии	8	-	1	6	-	
6	Тема 6. Технологии репутационного PR	8	1	1	15	-	
7	Тема 7. Репутационный PR в кризисных ситуациях.	8	1	1	20	-	
8	Тема 8. Специфика репутационного PR в спорте	8	-	2	22	-	
Итого часов:			**4**	**8**	**87**	**9**	**экзамен**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля))

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Экзамен

Экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятия «гудвилл», «бедвилл»: социальный и экономический аспекты.
2. Понятия «репутация», «имидж». Сущность, общая характеристика.
3. Проблема взаимосвязи понятий «репутация» и «имидж».

4. Репутация как форма социального взаимодействия.
5. Репутация организации как нематериальный капитал.
6. Репутационный менеджмент как часть корпоративного PR.
7. Основные направления процесса репутационного менеджмента.
8. Виды репутации.
9. Репутационные аудитории.
10. Сочетание ценностей аудитории с корпоративным имиджем.
11. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий.
12. PR как средство формирования имиджа и репутации.
13. Методы исследования репутации.
14. Анализ репутации как оценка нематериальных активов.
15. Репутационный аудит.
16. Измерение корпоративной репутации.
17. Критические компоненты репутации.
18. Описание репутационных характеристик.
19. Факторы формирования репутации.
20. Репутационные инвестиции.
21. Носители репутации.
22. Основные репутационные стратегии.
23. Выбор репутационной стратегии.
24. Технологические приемы и методы формирования деловой репутацией.
25. Управление репутацией организации.
26. Кризис и антикризисные коммуникации.
27. Сущность и методы антикризисного репутационного PR.
28. Этапы разработки антикризисной репутационной политики организации.
29. Кризисный план коммуникаций.
30. Основные средства воздействия на целевую аудиторию репутационного PR.

31. Управление кризисными ситуациями в спортивной организации.
32. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
33. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях.
34. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций.
35. Практика управления репутацией компании во время кризиса.
36. Интернет и репутация в благоприятный и кризисный периоды.
37. Спорт как товар.
38. Особенности PR в спорте.
39. Работа со СМИ в спортивных организациях.
40. Роль event-технологий в репутационном PR в сфере спорта.
41. Имидж и репутация спортсмена.
42. Защита репутации спортсмена / спортивной команды.
43. Допинговые скандалы как угроза репутации.
44. Стратегии формирования имиджа спортивной организации.
45. Управление имиджем и формирование репутации в российских спортивных организациях.
46. Управление имиджем и формирование репутации в зарубежных спортивных организациях.
47. Репутационный менеджмент в работе спортивных организаций.
48. Репутация организаций по производству и продаже товаров для спорта.
49. Спортивная репутация страны.
50. Олимпийское движение как часть репутационного PR страны.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров, студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Л.С. Сальникова. - М.: Юрайт, 2013. - 303 с.: табл.

2. Рева В.Е. Управление репутацией: учебное пособие. – М.: Издательство: ИТК Дашков и К, 2013.

3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью": доп. Умо вузов РФ по образованию / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект пресс, 2014. - 159 с.: табл.

4. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие по специальностям "Связи с общественностью", "Реклама", "Журналистика", "Социология" : рек. УМС по связям с общественностью УМО вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений при МГИМО (У) МИД России / Ф.И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 271 с.

а) Дополнительная литература:

1. PR как элемент инновационной системы управления физической культурой и спортом на муниципальном уровне / Е.А. Калиева [и др.] // Теория и практика физ. культуры. - 2016. - № 12. - С. 3-5.

2. Актуальные проблемы взаимосвязей спорта и политики (от библиграфического поиска до разработки выборных политтехнологий) / Олейник Н.А. [и др.] // Современный олимпийский спорт и спорт для всех : 7 Междунар. научн. конгр. : Материалы конф., 24-27 мая 2003 г. - М., 2003. - Т. 1. - Т. 1. - С. 157-158.

3. Аносова, Т.А. Применение "черных" PR-технологий в сфере спорта / Т.А. Аносова, И.Ю. Люлевич // Сборник трудов студентов и молодых ученых

РГУФКСиТ : материалы по итогам науч. конф. студентов и молодых ученых РГУФКСиТ (Москва, 18-20 марта, 22-24 апр. 2009 г.) / Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. - М., 2009. - С. 58-61.

4. Беркутова, Т.А. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 : доп. умо по образованию в обл. маркетинга / Т.А. Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 254 с.: ил.

5. Василенко, А.Б. Пиар крупных российских корпораций / Василенко Александер Борисович. - М.: ГУ ВШЭ, 2002. - 304 с.

6. Векслер, А.Ф. PR для российского бизнеса / А.Ф. Векслер. - М.; СПб.: Вершина, 2006. - 230 с.: ил.

7. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. ред.-издат. советом Рос. акад. образования / Д.А. Вылегжанин ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. - 2-е изд., испр. - М.: Флинта: Изд-во Моск. психолог.-соц. ин-т, 2008. - 369 с.: ил.

8. Доманова, Н.М. PR как искусство управления информационным пространством / Н.М. Доманова // Сборник трудов ученых РГУФКСиТ: материалы науч. конф. проф.-преподават. и науч. состава РГУФКСиТ / Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. - М., 2010. - С. 190-194.

9. Жанг, Ч.Д. Спортивный маркетинт: маркетинг страсти / Чанг Дак Джанг // Спортивный менеджмент. - 2004. - № 2. - С. 42-47.

10. Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А.С. Ильин. - М.: Кнорус, 2009. - 208 с.: табл.

11. Истягина-Елисеева, Е.А. Основные направления паблик рилейшнз в международном олимпийском движении = Basic Directions of Public Relations in International Olympic Movement / Истягина-Елисеева Е.А., Кружков Д.А. // Теория и практика физ. культуры. - 2001. - № 7. - С. 15-17.

12. Капитонов, Э.А. Корпоративная культура и PR : учеб.-практ. пособие / Э.А. Капитонов, А.Э. Капитонов. - М.; Ростов н/Д: Март, 2003. - 413 с.: ил.

13. Киенко, М.В. Работа с общественностью спортивных организаций / Киенко М.В., Кучковская Н.В. // Физическое воспитание и спортивная тренировка. - 2016. - № 4. - С. 122-129.

14. Кондратьев, Э.В. Связи с общественностью: Практикум: учеб. пособие: рек. Редсоветом ун-та / Э.В Кондратьев ; М-во образования и науки РФ, Федерал. агентство по образованию, Пенз. гос. ун-т архит. и строит. - М.: Акад. проект, 2008. - 191 с.: ил.

15. Костина, А.В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : электрон. учеб.: рек. Минобрнауки / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. - Электрон. дан. и прогр. - М.: Кнорус, 2009. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

16. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: теории технологии: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. 350400 "Связи с общественностью": доп. М-вом образования и науки РФ / В.Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - М.: Аспект-пресс, 2008. - 302 с.

17. Кулаков, А.М. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных и общественных организациях [Электронный ресурс] : метод. указания, задания и учеб. материал для семинар. занятий для студентов 4 курса, обучающихся по направлению 031600.62 : утв. и рек. Эмс Гуманитар. ин-та ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / Кулаков А.М. ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2015

18. Курмачева, Е.А. Формирование позитивного имиджа спортивной организации через коммуникации со СМИ / Е.А. Курмачева // Сборник трудов молодых ученых и студентов РГУФК : материалы науч. конф. молодых ученых и студентов РГУФК (Москва, 15-17 марта, 19-21 апр. 2006 г.) / Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. - М., 2006. - С. 84-86.

19. Лукин, В.П. Паралимпийский спорт и имидж России / Лукин В.П., Царик А.В. // Первый международный спортивный форум "Россия - спортивная держава!", 2010 г.: сб. докл. - М., 2010. - С. 314-316.

20. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учеб. пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вуз. учеб., 2009. - 204 с.

21. Маркетинг спорта=The Marketing of Sport / ред. Д. Бич, С. Чедвик, Ю. Быстрова ; пер. В. Башкирова и др. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 706 с.: схем., табл. - ISBN 978-5-9614-1095-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428025

22. Мэтис, М. Накорми зверя по имени Медиа: Простые рецепты для грандиоз. паблисити = Feeding the media beast : An easy recipe for great publicity / Марк Мэтис. - М.: Гранд-фаир, 2005. - 315 с.: ил.

23. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. Реклама: доп. М-вом образования и науки РФ / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин; Изд.-торг. корпорация Дашков и К. - изд. 8-е, перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2006. - 525 с.: ил.

24. Понявин, А.В. Олимпийский маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061500 "маркетинг" И 350700 "Реклама" : рек. УМЦ "Проф. учеб." / А.В. Понявин. - М.: Юнити, 2005. - 127 с.: табл.

25. Прошкина, Т.П. Маркетинг: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования : доп. М-вом образования РФ / Т.П. Прошкина. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 315 с.: табл.

26. Рекламная деятельность: учеб. для студентов вузов / Изд.-торг. корпорация Дашков и К. - 5-е изд. перераб. и доп. - М., 2002. - 362 с.: ил.

27. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 и специальности 030601 : доп. УМО по классич. унив. образованию / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберга. - М.: Аспект пресс, 2011. - 198 с.: табл.

28. Теория и практика связей с общественностью: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" : рек. УМО по образованию в обл. междунар. отношений МГИМО (Ун-т) МИД РФ по связям с общественностью / А.В. Кочеткова [и др.]. - 2-е изд. - М.; СПб.: Питер, 2009. - 233 с.: табл.

29. Тимофеев, М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз) : учеб. пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: РИОР, [2010]. - 192 с.: табл.

30. Файншмидт, Е. А. Антикризисный PR : учебно-практическое пособие / Е. А. Файншмидт, Т. В. Юрьева, Б. В. Кузнецов. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 118 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=90674

31. Федотова, Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе : учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. Связи с общественностью: рек. Умо вузов РФ по образованию в области междунар. отношений / Л.Н. Федотова. - М.: КАМЕРОН, 2005. - 463 с.: табл.

32. Харитонов, М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М.В. Харитонов. - СПб.: Речь, 2008. - 197 с.

33. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2013. - 173 с.: рис.

34. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" : доп. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / А.Н. Чумиков. - М.: Аспект пресс, 2014. - 157 с.: рис.

35. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью" : доп. Минобрнауки РФ / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров ;

Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М.: Дело АНХ, 2010. - 557 с.: ил.

36. Шарков, Ф.И. Паблик Рилейшнз: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" : рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. международ. отношений / Ф.И. Шарков; Международ. ун-т бизнеса и управления. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 329 с.

37. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" : рек. Умо вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений / Ф.И. Шарков; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2009. - 347 с.

б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Репутациология – российский журнал о репутации. - http://www.intereconom.com/reputiology.html
2. Медиалогия. - http://www.mlg.ru/ -
3. Интерфакс. - http://www.interfax.ru/
4. Эксперт (деловой еженедельник). - http://expert.ru/
5. МОК. - http://www.olympic.org/
6. Сайты спортивных федераций, клубов, персональные сайты спортсменов.
7. Сайты СМИ о спорте (http://www.sport.ru/, http://news.sportbox.ru/sport, http://www.topsport.ru/ts/index.asp, http://www.championat.com/, телеканал https://matchtv.ru).

в) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Мультимедийный класс, включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия)
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «Б1.В.07, Репутационный PR в сфере спорта» ***для обучающихся Гуманитарного института 3 курса и 4 курса обучения направления подготовки/специальности*** 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» ***направленности (профилю)*** – «Спортивная реклама и PR» *очной и заочной* ***форм обучения***

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем
Сроки изучения дисциплины (модуля): по очной форме – *6 семестр*,
по заочной форме – *8 семестр*
Форма промежуточной аттестации: *экзамен.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[1]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Тест по теме 1 «Основные понятия курса».*	*24 неделя*	*5*
2	*Выполнение практического задания №1 (Разработка миссии организации) по теме 3 «*Основные репутационные характеристики*»*	*28 неделя*	*10*
3	*Выполнение практического задания №2 (Оценка репутации методом пресс-рейтинга) по теме 4 «Исследование репутации»*	*31 неделя*	*10*
4	*Презентация по теме 4* «Основные репутационные характеристики» *или* по теме 5 «Репутационные стратегии» *(по выбору студента)*	*33 неделя*	*5*
5	*Выполнение практического задания №3 (Мониторинг репутации в сети Интернет) по теме 6* «Технологии репутационного PR»	*36 неделя*	*10*
6	*Выполнение практического задания №4 (Разработка антикризисной программы) по теме 6* «Репутационный PR в кризисных ситуациях»	*38 неделя*	*10*
7	*Выполнение практического задания №5 (Разработка информационных материалов для антикризисной программы) по теме 6* «Репутационный PR в кризисных ситуациях»	*40 неделя*	*5*
8	*Выполнение практического задания №6 (Создание и расширение спортивных брендов) по теме 6* «Специфика репутационного PR в спорте»	*42 неделя*	*5*
9	*Посещение занятий*	*В течение*	*10*

[1] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

		семестра	
	Итого		**70 баллов**
	Экзамен		***30***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Контрольная работа по теме 1 «Основные понятия курса»*	*5*
2	*Эссе по теме, пропущенной студентом*	*5*
3	*Написание реферата по предлагаемым темам (по выбору студента)*	*10*
	*Презентация по теме «*Репутационный PR в кризисных ситуациях*» (на примере по выбору студента)*	*10*
5	*Выполнение практического задания №7 («Защита персональной репутации в спорте») по теме «*Специфика репутационного PR в спорте*»*	*15*

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)»

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающихся экзаменом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Шкала успеваемости по дисциплинам (модулям) при проведении текущего контроля успеваемости

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.07, РЕПУТАЦИОННЫЙ PR В СФЕРЕ СПОРТА»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018г.

1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

2. Семестры освоения дисциплины (модуля): по очной форме обучения - *6* семестр, по заочной форме обучения – *8* семестр.

3. Цель освоения дисциплины (модуля): изучение понятий репутации и имиджа применительно к спорту как важнейших аспектов работы PR-службы, технологии создания репутации, обучение студентов навыкам управления репутацией.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-2	***Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений***	***6***		***8***
УК-2.1	Знает виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	6		8
УК-2.2	Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	6		8
УК-2.3	Владеет методологическими инструментами для определения и достижения задач, подчиненных общей цели, с использованием имеющихся ресурсов и ограничений	6		8
ПК-2	***Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности***	***6***		***8***
ПК-2.1	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	6		8
ПК-2.2	При подготовке текстов рекламы и связей с	6		8

	общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности			
ПК-2.3	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	6		8
ПК-3	***Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью***	***6***		***8***
ПК-3.1	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	6		8
ПК-3.2	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	6		8
ПК-3.3	Владеет инструментами медиапланирования	6		8
ПК-4	***Способен готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью***	***6***		***8***
ПК-4.1	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	6		8
ПК-4.2	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	6		8
ПК-4.3	Создает объявления, пресс-релизы, пресс-киты и другие документы, необходимые для реализации рекламной или PR- кампании	6		8
ПК-4.4	Разрабатывает концепции, предложения и другие базовые документы для достижения целей рекламной и PR-деятельности организации	6		8
ПК-5	***Способен использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта***	***6***		***8***
ПК-5.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	6		8
ПК-5.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	6		8
ПК-5.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	6		8

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

<u>Очная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основные понятия курса	6	2	2	4	-	
2	Тема 2. Репутация в системе социального взаимодействия	6	2	2	4	-	
3	Тема 3. Основные репутационные характеристики	6	2	4	4	-	
4	Тема 4. Исследование репутации	6	2	4	8	-	
5	Тема 5. Репутационные стратегии	6	2	4	6	-	
6	Тема 6. Технологии репутационного PR	6	4	4	6	-	
7	Тема 7. Репутационный PR в кризисных ситуациях.	6	4	4	8	-	
8	Тема 8. Специфика репутационного PR в спорте	6	2	4	11	-	
Итого часов:			**20**	**28**	**51**	**9**	**экзамен**

<u>Заочная</u> форма

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1	Тема 1. Основные понятия курса	8	1	-	6	-	
2	Тема 2. Репутация в системе социального взаимодействия	8	-	1	6	-	
3	Тема 3. Основные репутационные характеристики	8	1	1	6	-	
4	Тема 4. Исследование репутации	8	-	1	6	-	
5	Тема 5. Репутационные стратегии	8	-	1	6	-	
6	Тема 6. Технологии репутационного PR	8	1	1	15	-	
7	Тема 7. Репутационный PR в	8	1	1	20	-	

	кризисных ситуациях.						
8	Тема 8. Специфика репутационного PR в спорте	8	-	2	22	-	
Итого часов:			**4**	**8**	**87**	**9**	**экзамен**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра Истории и управления инновационным развитием молодежи

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта»

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Гуманитарного института
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры Истории и управления инновационным развитием молодежи
Протокол № 37 от «28» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры Истории и управления инновационным развитием молодежи
Протокол № __ от «__» _____ 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания
кафедры Истории и управления инновационным развитием молодежи
Протокол № __ от «__» _____ 2021 г.

Составитель:
Качулина Наталья Николаевна - ст. преподаватель кафедры Истории и управления инновационным развитием молодежи РГУФКСМиТ

Рецензент:
Титова Галина Сергеевна – к.п.н., доцент кафедры Истории и управления инновационным развитием молодежи РГУФКСМиТ

1. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта»: формирование целостного представления о современных технологиях организации волонтерской работы в молодежной среде.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Дисциплина «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.08. Изучение дисциплины базируется на логической и содержательно-методической взаимосвязи с ранее изучаемыми дисциплинами: Основы психологии, Основы права, Основы социологии, Цифровые коммуникации и информационные технологии, Имиджелогия. Изучение данной дисциплины может быть использовано для дальнейшего изучения таких дисциплин как: Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе, Менеджмент межкультурных взаимодействий, Основы медиапланирования, Принципы и технологии создания рекламного продукта, а также при выборе тем курсовых работ.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	наименование	**Очная форма обучения**	**Очно-заочная форма обучения**	**Заочная форма обучения**
1	**3**	**5**	**6**	**7**
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	*4*		**3**
	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия	**4**		**3**
	УК-3.2. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе.	**4**		**3**
	УК-3.3. Применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	**4**		**3**

ПК-2	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	**4**		**3**
	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	**4**		**3**
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	**4**		**3**
	ПК-2.3. Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	**4**		**3**
ПК-3	Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	**4**		**3**
	ПК-3.1. Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании	**4**		**3**
	ПК-3.2. Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности	**4**		**3**
	ПК-3.3. Владеет инструментами медиапланирования	**4**		**3**

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 **зачетные единицы**, 72 **академических часа**.

очная **форма обучения**

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1.	История организации волонтерской деятельности в России.	**4**		**2**	**2**		
2.	История международных волонтерских организаций.	**4**		**2**	**2**		
3.	Взаимосвязь государственной социальной политики, молодежной политики и волонтерской	**4**		**2**	**2**		

	деятельности.						
4.	Нормативно-правовые основания волонтерской деятельности.	**4**	**2**		**4**		
5.	Взаимодействие с государственными и общественными организациями.	**4**		**2**	**2**		
6.	Личность волонтера.	**4**		**2**	**2**		
7.	Некоммерческие неправительственные организации в системе волонтерской деятельности.	**4**		**2**	**2**		
8.	Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах.	**4**		**2**	**2**		
9.	Технологии организации волонтерской деятельности.	**4**		**2**	**2**		
10.	Управление волонтерской организацией	**4**	**2**		**4**		
11.	Социальные технологии в волонтерской деятельности.	**4**	**2**		**2**		
12.	Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности.	**4**	**2**		**4**		
13.	Направления волонтерской деятельности в России.	**4**		**2**	**2**		
14.	Современные волонтерские проекты в России и странах мира.	**4**	**2**		**4**		
15.	Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении.	**4**		**2**	**2**		
16.	Перспективы развития волонтерской деятельности в России.	**4**		**2**	**2**		
Итого часов:			**10**	**22**	**40**		**Зачет**

заочная **форма обучения**

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1.	История организации волонтерской деятельности в России.	**3**		**2**	**4**		
2.	История международных волонтерских организаций.	**3**			**4**		
3.	Взаимосвязь государственной социальной политики, молодежной политики и волонтерской деятельности.	**3**			**4**		

4.	Нормативно-правовые основания волонтерской деятельности.	**3**			**4**		
5.	Взаимодействие с государственными и общественными организациями.	**3**			**4**		
6.	Личность волонтера.	**3**			**4**		
7.	Некоммерческие неправительственные организации в системе волонтерской деятельности.	**3**			**4**		
8.	Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах.	**3**			**4**		
9.	Технологии организации волонтерской деятельности.	**3**		**2**	**4**		
10.	Управление волонтерской организацией	**3**		**2**	**4**		
11.	Социальные технологии в волонтерской деятельности.	**3**			**4**		
12.	Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности.	**3**	**2**		**4**		
13.	Направления волонтерской деятельности в России.	**3**			**4**		
14.	Современные волонтерские проекты в России и странах мира.	**3**			**4**		
15.	Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении.	**3**			**4**		
16.	Перспективы развития волонтерской деятельности в России.	**3**			**4**		
Итого часов:			**2**	**4**	**66**		**Зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (Приложения к рабочей программе дисциплины).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Вопросы к зачету

1. Взаимодействие некоммерческих негосударственных организаций и территориальных органов власти при реализации волонтерских проектов.
2. Влияние ценностных представлений о социальной культуре, социальной помощи, социальной защите, социальной ответственности на уровни, формы и методы волонтерской деятельности.
3. Возникновение волонтерства (добовольчества) как самостоятельного вида деятельности.

4. Возникновение негосударственных некоммерческих организаций как форм общественного самоуправления.
5. Волонтерская деятельность в области физической культуры и здоровья населения.
6. Волонтерская деятельность в различных учреждениях: ее специфика и основные задачи.
7. Волонтерская деятельность в сфере занятости.
8. Волонтерская деятельность и проблемы развития общества.
9. Волонтерская деятельность как показатель развития правового государства.
10. Волонтерская деятельность как процесс.
11. Волонтерская деятельность как система.
12. Волонтерская деятельность как форма работы с молодежью.
13. Государственная поддержка волонтерской деятельности.
14. Задачи волонтерской деятельности.
15. Законы, нормативные акты.
16. Значение опыта волонтерской деятельности в зарубежных странах для развития волонтерской деятельности в России.
17. История и виды социальной помощи и добровольчества в России.
18. Категориальный аппарат волонтерской деятельности.
19. Классификация категорий волонтерской деятельности.
20. Классификация методов по объектам, субъектам и направлениям волонтерской деятельности.
21. Конкурсы социально-значимых проектов как формы развития волонтерской деятельности в России.
22. Личные и профессиональные качества волонтера.
23. Метод индивидуальной работы; метод групповой работы; метод работы в общине.
24. Методологические, организационные, психологические, социальные и политические принципы организации волонтерской деятельности.
25. Наиболее острые вопросы волонтерской деятельности в РФ.
26. Национально-региональные компоненты содержания организации волонтерской деятельности.
27. Общественные нормы и ценности - важнейшие факторы, определяющие содержание и направления волонтерской деятельности.
28. Общие и частные технологии социальной работы в волонтерской деятельности.
29. Объект и субъект волонтерской деятельности.
30. Определение социальной политики.
31. Определения предметной области волонтерской деятельности.
32. Организация волонтерской деятельности в Великобритании.
33. Организация волонтерской деятельности в Скандинавских странах.
34. Основные международные волонтерские организации
35. Основные направления деятельности некоммерческих неправительственных организаций.

36. Основные направления подготовки специалистов по волонтерской деятельности.
37. Основные правовые понятия, используемые в волонтерской деятельности.
38. Основные принципы социальной.
39. Особенности волонтерской деятельности в США и Канаде.
40. Особенности волонтерской деятельности во Франции и странах Бенилюкс.
41. Особенности и цели международного волонтерского движения.
42. Особенности использования социальных технологий при работе с различными группами волонтеров.
43. Подходы к определению понятия «волонтерская деятельность и добровольчество».
44. Понятие об уровнях и формах волонтерской деятельности.
45. Понятие общественных норм и ценностей.
46. Понятие социальных технологий.
47. Правовое обеспечение деятельности некоммерческих неправительственных организаций.
48. Проблемы волонтерской деятельности в различных регионах России.
49. Развитие благотворительности и попечительства как основных инструментов российского добровольчества.
50. Развитие волонтерской деятельности как самостоятельного вида деятельности.
51. Развитие добровольческого движения в молодежной среде.
52. Роль некоммерческих неправительственных организаций в волонтерской деятельности.
53. Связь волонтерской деятельности и государственной молодежной политики.
54. Система социальной работы и добровольчества в СССР.
55. Содержательные характеристики социальной коммуникации.
56. Социальная работа, социальная защита и волонтерская деятельность Германии.
57. Социальная Факторы, определяющие специфику волонтерской деятельности.
58. Специфика волонтерской деятельности.
59. Специфика использования коммуникативных методов в социальных технологиях.
60. Специфические задачи, решаемые международными волонтерами.
61. Становление и развитие системы общественного призрения.
62. Сущность правовых основ волонтерской деятельности.
63. Участие некоммерческих неправительственных организаций в подготовке и реализации целевых программ по волонтерской деятельности.
64. Федеральные и региональные программы по развитию волонтерской деятельности.
65. Формы и методы реализации волонтерской деятельности.
66. Функции волонтерской деятельности в современном обществе.
67. Цели и ценности волонтерской деятельности.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Педагогика физической культуры : учеб. для студентов учреждений высш. проф. образования / под ред. С.Д. Неверковича. - 2-е изд., перераб.и доп. - М.: Academia, 2013. - 362 с.: ил.
2. Работа с подростками и молодежью в трудной жизненной ситуации : учеб. пособие / под ред. д-ра соц. наук , проф. Т.Э. Петровой. – М.: РУСАЙНС, 2016. – 144.: ил.

б) дополнительная литература:

1. Григорьев, Святослав Иванович. Социальная работа с молодежью: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Социальная работа» / С. И. Григорьев, Л. Г. Гуслякова, С. А. Гусова. Москва: Гардарики, 2008
2. Кузьмин, В. П.. Проблемы социальной работы с молодежью: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Соц. работа» / В. П. Кузьмин, Н. С. Степашов, Ю. А. Блинков ; Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования Курский гос. мед. ун-т Федер. агентства по здравоохранению и соц. развитию, Кур. регион. отд-ние Акад. гуманитар. наук. Курск: Изд-во КГМУ, 2006
3. Баркунова, О.В. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности : учебное пособие / И.В. Кузьменко; О.В. Баркунова .— Шуя : Издательство Шуйского филиала ИвГУ, 2021 .— 152 с. https://lib.rucont.ru/efd/783936/info
4. Василькова Т.А. Социальная пеагогика : учеб пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Педагогика и психоогия», «Соц. Педагогика», «Педагогика» : рек. УМО по специалности пед. образования / Т.А. Василькова, Ю.В. Василькова. – М.: Кнорус, 2010.
5. Граждан, В.Д. Социология управления : учеб. для бакалавров и студентов вузов, для направлений подгот. "Гос. и муницип. упр." и "Социология" : рек. Умц "Клас. учеб." : рек. УМО высш. образования / В.Д. Граждан. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2014. - 607 с.
6. Основы волонтерской деятельности : учебное пособие : [16+] / С. Л. Балова, И. А. Безденежных, Е. Водолеева [и др.] ; под ред. И. А. Фирсовой, Р. К. Крайневой ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2020. – 215 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=612085
7. Певная, М. В. Управление волонтерством: международный опыт и локальные практики : монография / М. В. Певная ; под научной редакцией Г. Е. Зборовского. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с. https://urait.ru/book/upravlenie-volonterstvom-mezhdunarodnyy-opyt-i-lokalnye-praktiki-515779

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Росмолодежь - https://fadm.gov.ru/
2. Российский союз молодежи - http://www.ruy.ru/
3. Национальный совет молодежных и детских объединений России - http://www.youthrussia.ru/
4. Молодая Гвардия Единой России - www.molgvardia.ru
5. Мосволонтер - https://mosvolonter.ru

a. г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- *программное обеспечение дисциплины (модуля):*

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– *современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:*

1. «Университетская библиотека онлайн» ЭБС https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
2. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
3. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
4. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).
2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных[1] и (или) групповых[2] консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

[1] Указываются при наличии индивидуальных консультаций в учебной нагрузке по дисциплине (модулю), в том числе при руководстве курсовыми работами

[2] Указываются при наличии экзамена по дисциплине (модулю)

Приложения к рабочей программе дисциплины

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине (модулю) «*Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта*»
***для обучающихся Гуманитарного института 2 курса, направления подготовки/ специальности 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью профиль* Спортивная реклама и PR**
очной и заочной форм обучения

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: Истории и управления инновационным развитием молодежи

Сроки изучения дисциплины (модуля): 4 семестр очной и 3 семестр заочной формы обучения

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

Очная форма обучения

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)[3]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выступление на семинаре «*История организации волонтерской деятельности в России*»*	*26 неделя*	*5*
2	*Презентация по теме «*История международных волонтерских организаций*»*	*28 неделя*	*10*
3	*Выступление на семинаре «*Личность волонтера*»*	*30 неделя*	*5*
4	*Тест по теме* «Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах»	*32 неделя*	*5*
5	*Выступление на семинаре «*Технологии организации волонтерской деятельности»	*34 неделя*	*5*
6	*Выполнение практического задания №1 по теме «*Социальные технологии в волонтерской деятельности»	*39 неделя*	*5*
7	*Выступление на семинаре «*Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности»	*40 неделя*	*5*
8	*Выступление на семинаре «*Направления волонтерской деятельности в России»	*41 неделя*	*5*
9	*Презентация по теме* «Современные волонтерские проекты в России и странах мира»	*42 неделя*	*10*

[3] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

10	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*25*
	Зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Заочная форма обучения

	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	**Сроки проведения на заочной форме обучения (в неделях)[4]**	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выступление на семинаре «*История организации волонтерской деятельности в России*»*		*18*
2	*Презентация по теме «*История международных волонтерских организаций*»*		*10*
3	*Тест по теме* «Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах»		*8*
4	*Выступление на семинаре «*Технологии организации волонтерской деятельности»		*18*
5	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*26*
	Зачет		***20***
	ИТОГО		**100 баллов**

Виды дополнительных заданий для обучающихся, пропустивших занятия

	Виды текущего контроля успеваемости	**Максимальное кол-во баллов**
1	*Выступление на семинаре «*История организации волонтерской деятельности в России*», пропущенном студентом*	*5*
3	*Презентация по теме «*История международных волонтерских организаций*»*	*10*
4	*Презентация по теме* «Анализ развития волонтерской деятельности в зарубежных странах»	*10*
5	*Тест по теме* «Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах»	*5*
6	*Выступление на семинаре «*Технологии организации волонтерской деятельности», *пропущенном студентом*	*5*
7	*Презентация по теме* «Современные волонтерские проекты в России и странах мира»	*10*
8	*Выступление на семинаре «*Волонтеры в международном спортивном и	*5*

[4] Графа заполняется только в рамках очной формы обучения.

	олимпийском движении», *пропущенном студентом*	

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Необходимо предусмотреть дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

IV. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

Если дисциплина (модуль) изучается в течение всего учебного года без наличия в период промежуточной аттестации зачёта/дифференцированного зачета/экзамена в конце семестра, то в информационной справке может приводится одна таблица на весь учебный год. Количество баллов за весь учебный год составляет 100 баллов. В течение учебного года проводится срез текущей успеваемости.

Если дисциплина (модуль) проходит в течение всего учебного года с промежуточной аттестацией в каждом семестре, то в информационной справке приводятся отдельно две таблицы с видами текущего контроля успеваемости (отдельно на каждый семестр). Количество баллов за каждый семестр составляет 100 баллов.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра Истории и управления инновационным развитием молодежи

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Поддержка и продвижение волонтерских проектов в сфере физической культуры и спорта»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 –
Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Спортивная реклама и PR

Уровень образования: *бакалавриат*
Форма обучения: *очная и заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

1. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет *4* зачетные единицы.

2. **Семестр(ы) освоения дисциплины:** *4 семестр очной и 3 заочной форм обучения.*

3. **Цель освоения дисциплины:** формирование целостного представления о современных технологиях организации волонтерской работы.

4. **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:**

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПК-2 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-3 - Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

5. Краткое содержание дисциплины:

очная **форма обучения**

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского	Самостоятельная работа	Контроль	
1.	История организации волонтерской деятельности в России.	**4**		**2**	**2**		
2.	История международных волонтерских организаций.	**4**		**2**	**2**		
3.	Взаимосвязь государственной социальной политики, молодежной политики и волонтерской деятельности.	**4**		**2**	**2**		
4.	Нормативно-правовые основания волонтерской деятельности.	**4**	**2**		**4**		
5.	Взаимодействие с государственными и общественными организациями.	**4**		**2**	**2**		
6.	Личность волонтера.	**4**		**2**	**2**		
7.	Некоммерческие неправительственные организации в системе волонтерской деятельности.	**4**		**2**	**2**		

8.	Опыт развития волонтерской деятельности в зарубежных странах.	**4**		**2**	**2**		
9.	Технологии организации волонтерской деятельности.	**4**		**2**	**2**		
10.	Управление волонтерской организацией	**4**	**2**		**4**		
11.	Социальные технологии в волонтерской деятельности.	**4**	**2**		**2**		
12.	Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности.	**4**	**2**		**4**		
13.	Направления волонтерской деятельности в России.	**4**		**2**	**2**		
14.	Современные волонтерские проекты в России и странах мира.	**4**	**2**		**4**		
15.	Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении.	**4**		**2**	**2**		
16.	Перспективы развития волонтерской деятельности в России.	**4**		**2**	**2**		
Итого часов:			**10**	**22**	**40**		**Зачет**

заочная **форма обучения**

№	**Раздел дисциплины (модуля)**	**Семестр**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)**				**Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)***
			Занятия лекционного типа	**Занятия семинарского**	**Самостоятельная работа**	**Контроль**	
1.	История организации волонтерской деятельности в России.	**3**		**2**	**4**		
2.	История международных волонтерских организаций.	**3**			**4**		
3.	Взаимосвязь государственной социальной политики, молодежной политики и волонтерской деятельности.	**3**			**4**		
4.	Нормативно-правовые основания волонтерской деятельности.	**3**			**4**		
5.	Взаимодействие с государственными и общественными организациями.	**3**			**4**		
6.	Личность волонтера.	**3**			**4**		
7.	Некоммерческие неправительственные организации в системе волонтерской деятельности.	**3**			**4**		
8.	Опыт развития волонтерской	**3**			**4**		

	деятельности в зарубежных странах.						
9.	Технологии организации волонтерской деятельности.	**3**		**2**	**4**		
10.	Управление волонтерской организацией	**3**		**2**	**4**		
11.	Социальные технологии в волонтерской деятельности.	**3**			**4**		
12.	Волонтерские проекты: принципы разработки, система реализации и оценка эффективности.	**3**	**2**		**4**		
13.	Направления волонтерской деятельности в России.	**3**			**4**		
14.	Современные волонтерские проекты в России и странах мира.	**3**			**4**		
15.	Волонтеры в международном спортивном и олимпийском движении.	**3**			**4**		
16.	Перспективы развития волонтерской деятельности в России.	**3**			**4**		
Итого часов:			**2**	**4**	**66**		**Зачет**

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра: Рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта»

(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**
(код и наименование)

Направленность (профиль): **«Реклама и связи с общественностью в СМИ»**
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора 2019, 2020, 2021 г.

Москва – 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
Института Гуманитарного
Протокол № 1 от «26» сентября 2018 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) обновлена
на основании решения заседания кафедры
рекламы, связей с общественностью и
социально-гуманитарных проблем
Протокол №29 от «05» июня 2019 г.

Составитель:
Протасова Надежда Вадимовна, кандидат философских наук, доцент, кафедры рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем РГУФКСМиТ
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

Рецензент: _____
(ФИО, наличие степени, звания, должность, кафедра)

1. Цель освоения дисциплины (модуля).

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» является формирование у студентов основ и первичных практических навыков по методологии, методике и технологии управления проектами социально-экономического характера; методам функционального и процессного управления; организации исполнения проектов; владение технологией социально-культурного проектирования, содержание которой составляет компетентный анализ конкретной ситуации. В программе курса предусмотрены разработка и реализация проектов и программ, оптимизирующих основные составляющие человеческой жизнедеятельности в сфере физической культуры и спорта.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП (ОПОП)

Курс «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» способствует формированию знаний и навыков, необходимых для работы будущего специалиста в области рекламных и PR-коммуникаций.

Данная дисциплина предназначена для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю «Спортивная реклама и PR», определяет преимущественно профессиональную компетентность бакалавра через формирование в процессе обучения профессиональных знаний о методах и технологиях создания и PR-сопровождения социального проекта в сфере физической культуры и спорта.

Основными требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным, в результате освоения предшествующих дисциплин являются:

- владение функциональными навыками, необходимыми для выполнения письменных учебных заданий в форме реферата, доклада, презентации;
- владение основными способами и средствами получения, хранения, переработки информации, в том числе связанными с работой на компьютере и в глобальной информационной сети.

Дисциплина «Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» органично связана с другими профессиональными дисциплинами учебного плана. Освоение данного курса является необходимой основой для последующего изучения дисциплин гуманитарного, социального, экономического, а также профессионального цикла.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП (ОПОП)

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	Этап формирования компетенции (номер семестра)		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	Очная форма обучения	Заочная форма	____ форма обучения (ускоренное обучение)[1]
1	2	3	4	5
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-				

[1] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

историческом, этическом и философском контексте				
Начальный этап УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8	10	
Продвинутый этап УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	8	10	
Завершающий этап УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	8	10	
ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1 Начальный этап	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	8	10	
ПК-2.2. Продвинутый этап	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	8	10	
ПК-2.3. Завершающий этап	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	8	10	
ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 Начальный этап	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	8	10	
ПК-3.2. Продвинутый этап ПК-3.5.	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	8	10	
ПК-3.3. Завершающий этап	Владеет инструментами медиапланирования	8	10	

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 **зачетных единицы**, 108 **академических часов**.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Раздел I.** Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте.	8	4	4	12		
2	**Раздел II.** Инструменты социального проектирования.	8	4	4	20		
3	**Раздел III.** Проектная деятельность. Государственно-частное партнерство в социально-спортивных проектах. Социальные проекты в сфере спорта с предоставлением публичных услуг.	8	4	6	20		
4	**Раздел IV.** Социальные проекты и социальные инновации по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта..	8	4	6	20		
Итого часов:			**16**	**20**	**72**		**Зачет**

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекционного	Занятия семинарског	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Раздел I.** Основы проектного менеджмента и управления социальными	8	4	4	12		

	проектами в спорте.						
2	**Раздел II.** Инструменты социального проектирования.	8	4	4	20		
3	**Раздел III.** Проектная деятельность. Государственно-частное партнерство в социально-спортивных проектах. Социальные проекты в сфере спорта с предоставлением публичных услуг.	8	4	6	20		
4	**Раздел IV.** Социальные проекты и социальные инновации по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта..	8	4	6	20		
Итого часов:		**4**		**8**	**96**		**Зачет**

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

5.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, в том числе самостоятельной работы, представлены в Информационной справке по дисциплине (модулю) (Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля).

5.2. Перечень оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Зачет.

Вопросы к зачету.

1. Принципы разработки социальных проектов и требования к социальным проектам
2. Миссия, стратегия проекта. Цели и проблемы проекта.
3. Жизненный цикл проекта, его фазы и их содержание.
4. Внешняя среда социального проектирования.
5. Управление проектом и человеческий фактор.
6. Состав участников проекта, их функции, полномочия и ответственность.
7. Роль информации в разработке проекта. Культурный аспект управления проектом.
8. Проектный менеджмент и управление по результатам.
9. Изменения и их роль в управлении проектом.
10. Специфика социального проектирования.
11. Типовой процесс управления областью знаний (функциональной областью) проекта.
12. Документы управления проектом.
13. Классическая организация проекта. Шаги проектирования.
14. Способы снижения проектного риска: диверсификация, страхование и самострахование, хеджирование, введение лимитов и др.
15. Общие принципы контроля выполнения проекта.
16. Концепция социального проекта на основе изучения общественного мнения.
17. Связь социального проектирования со стратегическим планированием развития территории.
18. Современные инструменты социального проектирования.
19. Проектирование на основе стратегического анализа.
20. Анализ ресурсов и потенциала.
21. Институциональные элементы в социальном проектировании и социальное прогнозирование.
22. Интересы участников проекта и особенности стимулирования их деятельности.

23. Фандрайзинг в социальном проектировании.
24. Управление заинтересованными сторонами.
25. Определение результатов и методов их оценки.
26. Сущность и специфика фандрайзинга для социального проекта.
27. Роль личностных и организационных компетенций в фандрайзинге.
28. Политики, программы и проекты как части системы управления развитием, изменениями.
29. Функции управления государственными и муниципальными программами и проектами и основные проблемные вопросы их выполнения исполнительными органами.
30. Ресурсы проекта и формирование подсистем управления ими.
31. Экспертиза проекта Источники финансирования проекта.
32. Национальные и региональные проекты.
33. Государственные и муниципальные организации как бенефициарии.
35. Система публичных заказов и заданий.
36. Назначение государственных и муниципальных организаций в исполнении проектов.
37. Проектирование системы государственных и муниципальных организаций как бенефициариев.
38. Функции и услуги государственных и муниципальных организаций.
39. Социальные проекты и социальные инновации. Публичные услуги и общественные блага.
40. Государственные услуги, муниципальные услуги, социальные услуги, публичные услуги: соотношение понятий.
41. Роль социального проектирования в развитии системы общественных благ.
42. Публичные организации как поставщики социальных услуг.
43. Социально ориентированные некоммерческие организации.
44. Понятие концепции социального проекта.
45. Оценка эффективности и качества предоставления публичных услуг.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение, необходимое для освоения дисциплины (модуля).

а) Основная литература:

1. Орлова П.И. Бизнес – планирование: учебник /П.И.Орлова. –М.:Дашков и К, 2013. – 283 с.: табл.+Учебные издания для бакалавров.

2. Спорт в системе социальных коммуникаций: учеб. Пособие для студентов вузов физ. культуры: (рек. К изд.ЭМС Гуманитар. Ин-та ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ»/(под ред. Быховской И.М.); М-во спорта РФ, Федер. Гос. бюджет. Образоват. Учреждение высш. Проф. Образования «Рос. Гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма» (ГЦОЛИФК), Каф. Культурологии, социокультур, антропологии и соц коммуникаций. – М., 2015. – 184 с.

б) Дополнительная литература:

1. Алферов О.А. Управление проектами [Электронный ресурс] : . — Электрон. дан. — Калининград : БФУ им. И.Канта (Балтийский федеральный университет им. И.Канта), 2012. — 258 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=13239. ЭБС издательства «Лань»
2. Гарольд Керцнер Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами [Электронный ресурс]/ Гарольд Керцнер— Электрон. текстовые данные.— М.: ДМК Пресс, 2014.— 320 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/32121.— ЭБС «IPRbooks»

3. Ким Хелдман Управление проектами. Быстрый старт [Электронный ресурс]/ Ким Хелдман— Электрон. текстовые данные.— М.: ДМК Пресс, 2014.— 352 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/7640.— ЭБС «IPRbooks»
4. Михненко П.А. Теория организации [Электронный ресурс]: учебник/ Михненко П.А. — Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013.— 336 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/17049.— ЭБС «IPRbooks»
5. Натарова, О. В. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / А. В. Наумова; О. В. Натарова .— Малаховка : МГАФК, 2020 .— 70 с. https://lib.rucont.ru/efd/780898/info
6. Никонова И.А. Проектный анализ и проектное финансирование [Электронный ресурс]/ Никонова И.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2012.— 153 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22822.— ЭБС «IPRbooks»
7. Сооляттэ А.Ю. Управление проектами в компании. Методология, технологии, практика [Электронный ресурс]: учебник/ Сооляттэ А.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012.— 816 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/17050.— ЭБС «IPRbooks»
8. Сурова Н.Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент»/ Сурова Н.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 415 с. .— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/34501.— ЭБС «IPRbooks»
9. Технология социальной работы : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Приступа [и др.] ; под редакцией Е. Н. Приступы. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 465 с. https://urait.ru/book/tehnologiya-socialnoy-raboty-531082

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Официальный сайт Государственной Думы http://www.duma.gov.ru/
2. Официальный сайт Совета Федерации http://www.council.gov.ru/
3. Официальный сайт Президента РФ http://www.kremlin.ru/
4. Официальный сайт Правительства РФ http://www.government.gov.ru/
5.Официальный портал административной реформы http://ar.economy.gov.ru
6.Евразийский стандарт управления проектами (корпоративная версия).
7. Расширение для социальных проектов http://family-ridder.kz/download/ESUP.pdf
8. Материал с сайта http://family-ridder.kz/

г) Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- программное обеспечение дисциплины (модуля):

1. Операционная система – Microsoft Windows.
2. Офисный пакет приложений – Microsoft Office 2016.
3. Локальная антивирусная программа - Dr.Web.
4. Программа отображения и обработки файлов в формате печатного документа - Adobe Acrobat DC.

– современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Национальный цифровой ресурс «Руконт» ЭБС www.rucont.ru
2. Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/library/uchebniki-dlya-vuzov/po-ugs/42-00-00-sredstva-massovoy-informacii-i-informacionno-bibliotechnoe-delo/42-03-01-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu
3. Информационно-правовой портал «Гарант», интернет-версия http://www.garant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

1. Мультимедийный класс включающий специализированное оборудование: проектор, экран, персональный компьютер с выходом в сеть Internet и подключением к правовой системе «Гарант» (настольная или интернет-версия).

2. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и (или) занятий семинарского типа, самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных и (или) групповых консультаций с комплектом аудиторной мебели, ученической доской.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

по дисциплине «Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» для студентов Гуманитарного института 4 курса, обучающихся по направлению подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью», профилю «Спортивная реклама и PR», бакалавриат, форма обучения: очно/заочная

2019 год набора

I. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра: *рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем*

Ведущий преподаватель: *Протасова Надежда Вадимовна*

Сроки изучения дисциплины:

Очная форма обучения - *8 семестр;*

Заочная форма обучения - *10 семестр;*

Форма промежуточного контроля: *зачет.*

II. ФОРМЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

№	Форма оценочного средства текущего контроля успеваемости	Сроки проведения на очной форме обучения (в неделях)	Максимальное кол-во баллов
1	*Контрольная работа по разделу (модулю)* «Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте».		*5*
2	*Презентация по теме: «*Проектный менеджмент: определения, компоненты, компетенции, процессы».		*5*
3	*Выступление на семинаре:* «Социальные проекты в спорте: особенности, правовые основы, требования, принципы разработки, жизненный цикл»		*5*
4	*Выполнение практического задания №1 по разделу* «Концепция социального проекта. Техника и методы планирования, организации и контроля проектов»		*5*
5	*Управляемая дискуссия на тему*: «Социальный проект как технология социальной работы»		*15*

6	*Выступление на семинаре*: «Матрица идей как метод социального проектирования»		*5*
7	*Презентация по теме:* «Фандрайзинг в социальном проектировании»		*5*
8	*Доклад по теме:* «Волонтерское движение как социальный проект»		*5*
9	*Выступление на семинаре*: «Социальные проекты как вклад в развитие социально-спортивной среды района: молодежная социальная инициатива».		*5*
10	*Тестирование по пройденному материалу*		*5*
11	*Написание реферата (по выбранной теме)*		*10*
12	*Посещение занятий*	*В течение семестра*	*10*
13	*Зачет*		*20*
14	**ИТОГО:**		**100 баллов**

III. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

– Количество баллов начисляется в соответствии с критериями, указанными в разделе ООП (ОПОП) «Оценочные средства (фонд оценочных средств) основной образовательной программы (основной профессиональной образовательной программы)».

– Также предусмотрены дополнительные задания, которые позволят набрать необходимое количество баллов обучающимся, пропустившим занятия. Выбор заданий из списка, представленного в информационной справке, определяется преподавателем индивидуально с каждым обучающимся.

V. ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Шкала оценок успеваемости по дисциплинам (модулям), завершающимся зачетом

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

Институт Гуманитарный

Кафедра рекламы, связей с общественностью
и социально-гуманитарных проблем

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта»
(шифр, наименование в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование)

Направленность (профиль):
«Спортивная реклама и PR»
(наименование)

Уровень образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная/заочная*

Год набора: 2019, 2020, 2021 г.

Москва- 2018

1. **Общая трудоемкость дисциплины (модуля)** составляет *3* зачетные единицы.

2. **Семестры освоения дисциплины (модуля):**

Для очной формы обучения - *8* семестр;
Для заочной формы обучения – *10* семестр

3. Цель освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины (модуля) «Б1.В.09 Социальные проекты по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта» является формирование у студентов основ и первичных практических навыков по методологии, методике и технологии управления проектами социально-экономического характера; методам функционального и процессного управления; организации исполнения проектов; владение технологией социально-культурного проектирования, содержание которой составляет компетентный анализ конкретной ситуации. В программе курса предусмотрены разработка и реализация проектов и программ, оптимизирующих основные составляющие человеческой жизнедеятельности в сфере физической культуры и спорта.

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю):

Шифр компетенции / код индикатора (ов) достижения компетенции	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)**	**Этап формирования компетенции (номер семестра)**		
	Наименование компетенции / наименование индикатора (ов) достижения компетенции	**Очная форма обучения**	**Заочная форма**	**____ форма обучения (ускоренное обучение)[2]**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекста				
Начальный этап УК-5.2.	Знает, как воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	8	10	
Продвинутый этап УК-5.3.	Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм.	8	10	
Завершающий этап УК-5.6.	Использует информацию о межкультурном разнообразии общества социально-историческом, этическом и философском контекстах в профессиональной деятельности	8	10	

[2] Заполняется при наличии ускоренного обучения.

ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности				
ПК-2.1 Начальный этап	Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	8	10	
ПК-2.2. Продвинутый этап	При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	8	10	
ПК-2.3. Завершающий этап	Применяет инструменты трансляции социально ответственной миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	8	10	
ПК-3 Способен реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью				
ПК-3.1 Начальный этап	Осуществляет разработку концепции рекламной и PR-кампании.	8	10	
ПК-3.2. Продвинутый этап ПК-3.5.	Умеет разрабатывать планы рекламных и PR-кампаний с учетом особенностей маркетинговых целей организации и специфики ее сферы деятельности. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	8	10	
ПК-3.3. Завершающий этап	Владеет инструментами медиапланирования	8	10	

5. Краткое содержание дисциплины (модуля):

<u>Очная форма обучения</u>

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет <u>3</u> зачетные единицы, <u>108</u> академических часов.

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)	Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*

			Занятия лекционного	Занятия семинарскогг	Самостоятельная работа	Контроль	
1	**Раздел I.** Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте.	8	4	4	12		
2	**Раздел II.** Инструменты социального проектирования.	8	4	4	20		
3	**Раздел III.** Проектная деятельность. Государственно-частное партнерство в социально-спортивных проектах. Социальные проекты в сфере спорта с предоставлением публичных услуг.	8	4	6	20		
4	**Раздел IV.** Социальные проекты и социальные инновации по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта..	8	4	6	20		
Итого часов:		**16**		**20**	**72**		**Зачет**

Для заочного обучения

№	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся в соответствии с учебным планом (в академических часах)				Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Занятия лекцион	Занятия семинар	Самостоятельная	Контрол	
1	**Раздел I.** Основы проектного менеджмента и управления социальными проектами в спорте.	8	4	4	12		
2	**Раздел II.** Инструменты социального проектирования.	8	4	4	20		
3	**Раздел III.** Проектная деятельность. Государственно-частное партнерство в социально-спортивных проектах. Социальные проекты в сфере спорта с предоставлением публичных услуг.	8	4	6	20		
4	**Раздел IV.** Социальные проекты и социальные инновации по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта..	8	4	6	20		
Итого часов:		**4**		**8**	**96**		**Зачет**