

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»**

Факультет физической культуры
Кафедра спортивных дисциплин

УТВЕРЖДАЮ
И. о. проректора по УР
М. Х. Чанкаев
«30» апреля 2025 г., протокол № 8

Рабочая программа дисциплины

**Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической
культуры и спорта**

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки
49.03.01 Физическая культура

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки
Спортивная тренировка в избранном виде спорта

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная / заочная

Год начала подготовки – 2022

Карачаевск 2025

Составитель: ст. преп. Чотчаев А.М.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017 № 940, образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура, профиль - Спортивная тренировка в избранном виде спорта; локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры Спортивных дисциплин на 2025-2026 учебный год, протокол № 8 от 25 апреля 2025 г.

Завкафедрой, канд. пед. наук

Кочкаров Э.Э.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины	4
«Пропаганда и связи с общественностью».....	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
4. Объем дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в.....	6
5. Содержание дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта», структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
5.2. Виды занятий и их содержание	8
5.3. Примерная тематика курсовых работ	10
5.4. Самостоятельная работа и контроль успеваемости	10
6. Образовательные технологии	10
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	11
7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций	11
7.2. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины	14
7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:	14
7.2.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (зачет).....	15
7.2.3. Тестовые задания для проверки знаний студентов.....	17
7.2.4. Бально-рейтинговая система оценки знаний бакалавров	19
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса.....	21
8.1. Основная литература:.....	21
8.2. Дополнительная литература	21
9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)	22
9.1. Общесистемные требования	22
9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины	22
9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.....	22
9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	23
10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	23
11. Лист регистрации изменений	23

1. Наименование дисциплины **«Пропаганда и связи с общественностью»**

Целью освоения дисциплины является: формирование у студентов первоначальных представлений о пропаганде и связях с общественностью как объекте изучения и сфере практической деятельности в современном обществе.

Для достижения цели ставятся задачи:

1. Формирование базовых знаний, умений и навыков для выполнения следующих видов деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью: организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической.

2. Подготовка к выполнению следующих задач профессиональной деятельности:

- проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок
- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд
- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований
- проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;
- подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения;
- обработка и подготовка данных для анализа;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФК и С» относится к дисциплинам по выбору (Б1.В.ДВ.6.).

Дисциплина (модуль) изучается на 4 курсе в 8 семестре.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Индекс	Б1.В.ДВ.6
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Учебная дисциплина «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФК и С» является базовой, знакомит студентов с самыми общими представлениями о пропаганде и связях с общественностью в сфере ФК и С.	
Изучение дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере ФК и С» необходимо для успешного освоения дисциплин по выбору: «Легкая атлетика», «Спортивные и подвижные игры», «Плавание» и другие.	

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

Процесс изучения дисциплины «Туризм и спортивное ориентирование» направлен на формирование следующих компетенций обучающегося: УК-1; УК-6; ПК-8.

Компетенции, формируемые при изучении дисциплины (В скобках указывается часть компетенции, которая не формируется на дисциплине)

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ПООП/ ООП	Индикаторы достижений компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК .Б-1.1. Анализирует задачу и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями. УК.Б. -1.2. осуществляет поиск информации, интерпретирует и ранжирует ее для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК.Б.-1.3.При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения УК.Б.-1.4. Выбирает методы и средства решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи УК.Б-1.5.Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	<i>Знать:</i> задачи дисциплины «Гимнастика» и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями <i>Уметь:</i> осуществляет поиск информации, интерпретирует и ранжирует ее для решения поставленной задачи по различным типам запросов соответствующих дисциплине «Гимнастика» <i>Владеть:</i> выбором методов и средств решения задач и анализа методологических проблем, возникающих при решении задач источников информации в соответствии с изучаемыми темами по дисциплине «Гимнастика"
УК-6.	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК.Б-6.1.использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК.Б-6.2. определяет приоритеты собственной деятельности, с учетом требований рынка труда и предложений образовательных услуг для личностного развития	<i>Знать</i> методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей <i>Уметь</i> определять приоритеты собственной деятельности, с учетом требований рынка труда и предложений образовательных услуг для личностного развития и выстраивания траектории профессионального <i>Владеть</i> логически и аргументированно анализировать результаты своей

		и выстраивания траектории профессионального УК.Б-6.3.логически и аргументированно анализирует результаты своей деятельности	деятельности
ПК-8	Способен использовать полученные знания об основных интеллектуальных прав в целях выявления, учета и практического примечания интеллектуальной собственности в физической культуре и спорте	ПК.Б.-8.1. Дифференцирует специфику тренировочного, образовательного и методических процессов. ПК.Б.8.2. Определяет содержание и структуру, порядок и условия организации методической деятельности в рамках тренировочного и образовательного процессов ПК.Б.-8.3. Разрабатывает нормативно-правовые, психолого-педагогических, проектно-методических и организационно-управленческих средства, в том числе с использованием ИКТ	Знать: специфику тренировочного, образовательного и методических процессов Уметь: Определять содержание и структуру, порядок и условия организации методической деятельности в рамках тренировочного и образовательного процессов Владеть разработкой нормативно-правовые, психолого-педагогических, проектно-методических и организационно-управленческих средства, в том числе с использованием ИКТ

4. Объем дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» (модуля) составляет 2 ЗЕТ, 72 часа для очной формы обучения и 36 час. и для заочного обучения -

Объем дисциплины	Всего часов	
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	72 (2 зет)	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)		
Аудиторная работа (всего):		
в том числе:		

лекции		
семинары, практические занятия	36	
практикумы		
лабораторные работы		
Внеаудиторная работа:		
Контроль		
В том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем:		
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем)		
творческая работа (эссе)		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	36	
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	зачет	

5. Содержание дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта», структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для очной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах) 2 зет Всего 72часа 36 час.–пр. 36 час.–СР	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Сам. работа	Формы текущего контроля
			Аудиторные уч. занятия			Лек.	Пр.	Лаб.
	Раздел 1. Связи с общественностью как отрасль знаний						36	
1.	Связи с общественностью и их роль в современном мире			4			4	Собеседование
2.	История возникновения и развития связей с общественностью			4			4	Устный опрос
	Раздел. 2 Специалист по связям с общественностью							
3.	Характеристика специалиста по связям с общественностью			4			4	Собеседование Дискуссия
4.	Имидж и этика в физической культуре и спорте			6			6	Устный опрос Дискуссия
	Раздел 3. Планирование, организация и проведение PR-мероприятий							
5.	Целевые аудитории в связях			4			4	Собеседование

	с общественностью						
6	PR-компания			4		4	Разработка плана проведения пиар компании в сфере ФК и С
	Раздел 4. Реклама и пропаганда в сфере физической культуры и спорта						
7.	Пропаганда в физической культуре и спорте			6		6	Собеседование Разработка содержание рекламы в сфере ФК и С
8.	Основы рекламы			4		4	Устный опрос

Для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				
		Всего 144	Аудиторные уч. Занятия			Сам. Работа	Формы текущего контроля
			Лек	Пр	Лаб		
1	Связи с общественностью и их роль в современном мире					10	Собеседование
2	История возникновения и развития связей с общественностью					10	Устный опрос
3	Характеристика специалиста по связям с общественностью					10	Собеседование
4	Имидж и этика в физической культуре и спорте					10	Собеседование
5	Целевые аудитории в связях с общественностью					10	Собеседование
6	PR-компания			2		15	Собеседование
7	Пропаганда в физической культуре и спорте			2		15	Собеседование Дискуссия
8	Основы рекламы в ФК и С			2		20	Собеседование

5.2. Виды занятий и их содержание

5.2.1. Тематика и краткое содержание практических занятий по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1-4

Тема: Связи с общественностью и их роль в современном мире

Основные вопросы, рассматриваемые на занятии:

1. Понятие связей с общественностью, цели, задачи и функции связей с общественностью.
2. Основные профессиональные термины и понятия.

3. Особенности связей с общественностью в ФКиС.
4. Причины появления пиар, различные подходы к определению времени зарождения пиар.
5. История развития связей с общественностью в физической культуре и спорте.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5-8

Тема: Специалист по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта

Основные вопросы, рассматриваемые на занятии:

1. Характеристика прав и обязанностей специалиста по связям с общественностью
2. Функции специалиста по связям с общественностью.
3. Профессиональные требования, стандарты, сертификация, лицензирование.
4. Корпоративный PR-департамент.
5. Управление кризисными ситуациями, как составная часть профессиональной деятельности.
6. Правовое обеспечение.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9-10

Тема: Специалист по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта

Основные вопросы, рассматриваемые на занятии:

1. Имиджелогия как наука.
2. Имидж личности и организации, имидж и фирменный стиль спортивной организации.
3. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта.
4. Кодексы профессионального поведения и этики, регулирующие отношения в сфере пиар, кодекс спортивной этики.
5. Имидж и этика в физической культуре и спорте

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 11-12

Тема: Планирование, организация и проведение PR-мероприятий

Основные вопросы, рассматриваемые на занятии:

1. Классификация групп общественности в сфере ФК и С.
2. Определение, категории и виды целевой аудитории.
3. Виды рабочих документов, используемых в работе со средствами массовой информации и целевыми аудиториями, информационный пакет для прессы

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 13-15

Тема: Планирование, организация и проведение PR-мероприятий в сфере ФК и С

Основные вопросы, рассматриваемые на занятии:

1. Планирование программ в связях с общественностью.
2. Классификация пиар-кампаний, медиа планирование, оценка эффективности.
3. Цели, задачи специального события в сфере ФК и С.
4. Освещение в средствах массовой информации спортивных событий.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 16-18

Тема: Реклама и пропаганда в сфере физической культуры и спорта

Основные вопросы, рассматриваемые на занятии:

1. Понятие, формы, методы и средства пропаганды.
2. Социальные аспекты пропаганды в физической культуре в средствах массовой информации
3. Предпосылки и причины появления рекламы.
4. Виды, средства, распространения рекламы в сфере физической культуры и спорта.

5.3. Примерная тематика курсовых работ

Учебным планом не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа и контроль успеваемости

В рамках указанного в учебном плане объема самостоятельной работы по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью» (в часах) предусматривается выполнение следующих видов учебной деятельности:

Вид самостоятельной работы	Примерная трудоемкость
Проработка учебного материала занятий лекционного и семинарского типа	-
Опережающая самостоятельная работа (изучение нового материала до его изложения на занятиях)	10
Самостоятельное изучение отдельных вопросов тем дисциплины, не рассматриваемых на занятиях лекционного и семинарского типа	14
Подготовка к текущему контролю	4
Поиск, изучение и презентация информации по заданной теме, анализ научных источников по заданной проблеме	6
Решение задач,	
Подготовка к промежуточной аттестации	2
Итого СРО	36

6. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий по дисциплине «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Традиционные образовательные технологии реализуются, преимущественно, в процессе практических занятий. Инновационные образовательные технологии используются в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов в виде применения активных и интерактивных методов обучения.

Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы студентов.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерских качеств при проведении учебных занятий.

Семинарские занятия относятся к интерактивным методам обучения и обладают значительными преимуществами по сравнению с традиционными методами обучения, главным недостатком которых является известная изначальная пассивность субъекта и объекта обучения.

Практические занятия могут проводиться в форме практического выполнения заданий по изучаемой теме. Прежде, чем дать группе информацию, важно подготовить студентов, активизировать их ментальные процессы, включить их внимание, развивать кооперацию и сотрудничество при принятии решений.

Методические рекомендации по проведению различных видов практических занятий.

1. Практическое выполнение заданий

Групповое занятие направлено на освоение теоретической и практической подготовки обучающихся в сфере пропаганды и связи с общественностью в физической культуре и спорте, что способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

На первом этапе обучения подробно изучается обучающимися разделы: история возникновения и развития пропаганды и связей с общественностью, характеристика специалиста по связям с общественностью и др..

В ходе практических занятий перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого обучающиеся должны освоить теоретические основы специалиста по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта.

Преподаватель объясняет содержание изучаемой темы и предлагает обсудить изучаемую тему обучающимися. В конце занятия дается тема для самостоятельного изучения..

Разновидностью практического занятия является разработка проекта рекламы в сфере ФК и С, которые проводятся с целью активизации студентов по изучаемой проблеме.

2. Публичная презентация проекта, рекламы по пропаганде и связи с общественностью в сфере ФК и С проводится по теме, которую заранее обозначил преподаватель.

Презентация – самый эффективный способ донесения важной информации как в разговоре «один на один», так и при публичных выступлениях. Слайд-презентации с использованием мультимедийного оборудования позволяют эффективно и наглядно представить содержание изучаемого материала по туризму и спортивному ориентированию, выделить и проиллюстрировать сообщение, которое несет поучительную информацию, показать ее ключевые содержательные пункты. Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность публичных выступлений.

4. Дискуссия. Как интерактивный метод обучения означает исследование или разбор. Образовательной дискуссией называется целенаправленное, коллективное обсуждение конкретной проблемы (ситуации), сопровождающейся обменом идеями, опытом, суждениями, мнениями в составе группы обучающихся в сфере ФК и С.

Как правило, дискуссия обычно проходит три стадии: ориентация, оценка и консолидация. Последовательное рассмотрение каждой стадии позволяет выделить следующие их особенности.

Стадия ориентации предполагает адаптацию участников дискуссии к самой проблеме, друг другу, что позволяет сформулировать проблему, цели дискуссии; установить правила, регламент дискуссии.

В стадии оценки происходит выступление участников дискуссии, их ответы на возникающие вопросы, сбор максимального объема идей (знаний), предложений, пресечение преподавателем личных амбиций отклонений от темы дискуссии.

Стадия консолидации заключается в анализе результатов дискуссии, согласовании мнений и позиций, совместном формулировании решений и их принятии.

В зависимости от целей и задач занятия, возможно, использовать следующие виды дискуссий: классические дебаты, экспресс-дискуссия, текстовая дискуссия, проблемная дискуссия, ролевая (ситуационная) дискуссия.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Качественные критерии оценивание			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
УК-2					

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК.Б-1.1. Анализирует задачу и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями.	Не знает задачу и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями	Частично знает задачу и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями	Знает: задачу и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями	В полном объеме знает задачу и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями
	УК.Б. -1.2. осуществляет поиск информации, интерпретирует и ранжирует ее для решения поставленной задачи по различным типам запросов	Не умеет осуществлять поиск информации, интерпретирует и ранжирует ее для решения поставленной задачи по различным типам запросов	Частично умеет осуществлять поиск информации, интерпретирует и ранжирует ее для решения поставленной задачи по различным типам запросов	Умеет осуществлять поиск информации, интерпретирует и ранжирует ее для решения поставленной задачи по различным типам запросов	В полном объеме умеет осуществлять поиск информации, интерпретирует и ранжирует ее для решения поставленной задачи по различным типам запросов
	УК.Б.-1.3. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Не владеет навыками обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Частично владеет обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Владеет выбором обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	В полном объеме владеет обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения
	УК.Б.-1.4. Выбирает методы и средства решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи УК.Б-1.5.Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Повышенный Знать: задачу и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями			
		Уметь: осуществлять поиск информации, интерпретировать и ранжировать ее для решения поставленной задачи по различным типам запросов			
		Владеть выбором методов и средств для решения задачи и не анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи			
		Не знает методы и средства решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи	Частично знает методы и средства решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи	Знает методы и средства решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи	В полном объеме знает методы и средства решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи
		Не умеет рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Частично умеет рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Умеет рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Умет в полном объеме рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки

		недостатки			недостатки
		Не владеет методами и средствами анализа для решения поставленной задачи и оценки их достоинств и недостатков	Частично владеет методами и средствами анализа для решения поставленной задачи и оценки их достоинств и недостатков	Владеет методами и средствами анализа для решения поставленной задачи и оценки их достоинств и недостатков	В полном объеме владеет методами и средствами анализа для решения поставленной задачи и оценки их достоинств и недостатков
		Повышенный Знать: методы и средства решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи			
		Уметь: рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки			
		Владеть методами и средствами анализа для решения поставленной задачи и оценки их достоинств и недостатков			
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК.Б-6.1. использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК.Б-6.2. определяет приоритеты собственной деятельности, с учетом требований рынка труда и предложений образовательных услуг для личностного развития и выстраивания траектории профессионального УК.Б-6.3. Логически и аргументированно анализирует результаты своей деятельности	Не знает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Частично знает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Знает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	В полном объеме знает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
		Не умеет определять приоритеты собственной деятельности, с учетом требований рынка труда и предложений образовательных услуг для личностного развития и выстраивания траектории профессионального	Частично умеет определять приоритеты собственной деятельности, с учетом требований рынка труда и предложений образовательных услуг для личностного развития и выстраивания траектории профессионального	Умеет определять приоритеты собственной деятельности, с учетом требований рынка труда и предложений образовательных услуг для личностного развития и выстраивания траектории профессионального	В полном объеме умеет определять приоритеты собственной деятельности, с учетом требований рынка труда и предложений образовательных услуг для личностного развития и выстраивания траектории профессионального
		Не владеет навыками логически и аргументированно анализировать результаты своей деятельности	Частично владеет навыками логически и аргументированно анализировать результаты своей деятельности	Владеет навыками логически и аргументированно анализировать результаты своей деятельности	В полном объеме владеет навыками логически и аргументированно анализировать результаты своей деятельности
		Знать: инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей			

		Уметь: определять приоритеты собственной деятельности, с учетом требований рынка труда и предложений образовательных услуг для личностного развития и выстраивания траектории профессионального			
		Владеть: навыками логически и аргументированно анализировать результаты своей деятельности			
ПК-8 Способен использовать полученные знания об основных интеллектуальных правах в целях выявления, учета и практического применения интеллектуальной собственности в физической культуре и спорте	ПК.Б.-8.1. Дифференцирует специфику тренировочного, образовательного и методических процессов. ПК.Б.8.2.- Определяет содержание и структуру, порядок и условия организации методической деятельности в рамках тренировочного и образовательного процессов. ПК.Б.-8.3. Разрабатывает нормативно-правовые, психолого-педагогические, проектно-методических и организационно-управленческих средства, в том числе с использованием ИКТ	Не знает специфику тренировочного, образовательного и методических процессов.	Частично знает специфику тренировочного, образовательного и методических процессов.	Знает специфику тренировочного, образовательного и методических процессов.	В полном объеме знает специфику тренировочного, образовательного и методических процессов.
		Не умеет определять содержание и структуру, порядок и условия организации методической деятельности в рамках тренировочного и образовательного процессов	Частично умеет определять содержание и структуру, порядок и условия организации методической деятельности в рамках тренировочного и образовательного процессов	Умеет определять содержание и структуру, порядок и условия организации методической деятельности в рамках тренировочного и образовательного процессов	В полном объеме умеет определять содержание и структуру, порядок и условия организации методической деятельности в рамках тренировочного и образовательного процессов
		Не владеет навыками разработки нормативно-правовых, психолого-педагогических, проектно-методических и организационно-управленческих средства, в том числе с использованием ИКТ	Частично владеет навыками разработки нормативно-правовых, психолого-педагогических, проектно-методических и организационно-управленческих средства, в том числе с использованием ИКТ	Владеет навыками разработки нормативно-правовых, психолого-педагогических, проектно-методических и организационно-управленческих средства, в том числе с использованием ИКТ	В полном объеме владеет навыками разработки нормативно-правовых, психолого-педагогических, проектно-методических и организационно-управленческих средства, в том числе с использованием ИКТ
		Знать: специфику тренировочного, образовательного и методических процессов.			
		Уметь: определять содержание и структуру, порядок и условия организации методической деятельности в рамках тренировочного и образовательного процессов			
		Владеть: навыками разработки нормативно-правовых, психолого-педагогических, проектно-методических и организационно-управленческих средства, в том числе с использованием ИКТ			

7.2. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины

7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:

1. Связи с общественностью в древности.
2. Роль публичности в западном обществе, Северной Америке.
3. История развития пиар в Европе, США.

4. Виды коммуникации во взаимоотношениях с внутренней целевой аудиторией.
5. Типология программ в связях с общественностью.
6. Коммуникация во время кризиса.
7. Российская ассоциация по связям с общественностью.
8. Реклама в Древнем мире, античная реклама, в средневековье, в Западной Европе и США,
9. Возникновение рекламы в России.
10. Спонсорство, благотворительность и меценатство в спортивных мероприятиях.
11. Подготовка специалиста по связям с общественностью в условиях глобализации.
12. Профессиональная этика и этикет

Критерии оценки доклада, сообщения, реферата:

Отметка «отлично» за письменную работу, реферат, сообщение ставится, если изложенный в докладе материал:

- отличается глубиной и содержательностью, соответствует заявленной теме;
- четко структурирован, с выделением основных моментов;
- доклад сделан кратко, четко, с выделением основных данных;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы.

Отметка «хорошо» ставится, если изложенный в докладе материал:

- характеризуется достаточным содержательным уровнем, но отличается недостаточной структурированностью;
- доклад длинный, не вполне четкий;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы только после наводящих вопросов, или не на все вопросы.

Отметка «удовлетворительно» ставится, если изложенный в докладе материал:

- недостаточно раскрыт, носит фрагментарный характер, слабо структурирован;
- докладчик слабо ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по теме доклада не были получены ответы или они не были правильными.

Отметка «неудовлетворительно» ставится, если:

- доклад не сделан;
- докладчик не ориентируется в излагаемом материале;
- на вопросы по выполненной работе не были получены ответы или они не были правильными.

7.2.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (зачет)

1. Роль связей с общественностью в физической культуре и спорте.
2. Возникновение связей с общественностью как социального института.
3. Модели развития публичных отношений.
4. Примеры упрощенных форм общественных отношений.
5. Этапы развития отечественных ПР в спорте. I (989 – 1765гг.) и II (1765 – 1917 гг.).
6. III этап (1917 – 1991 гг.). развития отечественных ПР в спорте.
7. IV этап (1991гг. по настоящее время) развития отечественных ПР в спорте.
8. Развитие инфраструктуры спортивных связей с общественностью.
9. Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью, его статус и круг решаемых задач.
10. Терминологический аппарат связей с общественностью: определение понятий «коммуникация», «общественность».
11. Определение «общественности» в спорте.
12. Многообразие определений.

13. Средства связей с общественностью.
14. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и паблисити.
15. Целевые аудитории в связях с общественностью.
16. Понятие имиджа. Управление имиджем спортивной организации.
17. Организация московских Олимпийских игр.
18. Организация Игр Доброй Воли.
19. Спортивные звёзды и клубы российского футбола: формирование имиджа.
20. Спортивные звёзды и клубы российского хоккея: формирование имиджа.
21. Формирование имиджа художественной гимнастики.
22. Формирование имиджа самбо и восточных единоборств.
23. Спортивная режиссура и связи с общественностью.
24. Фирменный стиль спортивной организации. Основные элементы фирменного стиля.
25. Товарные знаки в сфере спорта.
26. Паблик рилейшнз в спортивной индустрии: популярные марки спортивной одежды и обуви.
27. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
28. Афинский и Лиссабонский кодексы.
29. Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
30. Декларация этических принципов PACO.
31. Этические кодексы в спорте. Олимпийская Хартия.
32. Кодекс спортивной этики «Справедливая игра – путь к победе».
33. Этические нормы в «Законе о физической культуре и спорте».
34. Организация взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации.
35. Основные спортивные СМИ. Принципы подбора СМИ.
36. Работа с болельщиками.
37. Основные правила написания пиар-текстов.
38. Организация специальных мероприятий.
39. Спортивные выставки как средство паблик рилейшнз.
40. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
41. Разработка общей концепции пиар-кампании для спортивной организации.
42. Пиар-акции в сфере физической культуры и спорта.
43. Целевые аудитории в связях с общественностью.
44. Психологические особенности «болельщиков» и «фанатов».
45. Виды рабочих пиар-документов.
46. Управление кризисными ситуациями.
47. Причины кризисных ситуаций в спортивных организациях.
48. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью для работы в сфере спорта.
49. Квалификационные характеристики должностей специалистов по связям с общественностью.
50. Символика современных олимпийских игр.
51. Благотворительность в спорте.
52. Спонсорство в спорте.
53. Неэтичные технологии паблик рилейшнз в спорте.

Критерии оценки устного ответа на вопросы по дисциплине

«Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта»:

✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует

отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 4 - балла - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 3 балла – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 2 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

7.2.3. Тестовые задания для проверки знаний студентов

Перечень тестов для оценки уровня сформированности компетенции ПК-8

Т.3. 1. Определите понятие «Связи с общественностью». Что это?

1. Коммуникации в обществе;
2. работа средств массовой информации (СМИ);
3. отношения между элементами социальной структуры;
4. коммуникации между субъектом и социальной средой, помогающие укреплению доверия.

Т.3. 2. Когда и где возникли связи с общественностью?

1. До новой эры в Древней Греции;
2. в период образования суверенных национальных государств;
3. в начале XX века в Европе;
4. в конце XIX века в США.

Т.3.3. Что такое общественность?

1. Элементы социальной структуры;
2. социальная среда;
3. общественные настроения;
4. люди, составляющие аудиторию.

Т.3.4. Что входит в понятие «структура общества в современной России»?

1. Социальные институты (государство, церковь, экономика и др.);
2. классы и социальные группы (рабочий класс, крестьянство, интеллигенция и др.);
3. представители различных этносов (русские, татары, дагестанцы, евреи и др.);
4. устойчивые связи между всеми перечисленными выше элементами.

Т.3.5. Что такое общественное мнение?

1. Твердо устоявшаяся система понятий по какой-либо проблеме;
2. неустойчивые представления и взгляды большой группы людей;
3. рекомендуемая государством позиция по определенному вопросу;
4. желание исключительно всех членов общества.

Т.3.6. Что следует выяснить сотрудникам PR-служб в ходе социологических исследований в первую очередь?

1. Данные о возрасте людей;
2. покупательную способность возможных клиентов;
3. отношение возможных клиентов к моде;
4. структуру потребительского спроса.

7. Допускают ли служебные обязанности работника PR:

1. обман общественного мнения;
2. прием предварительной оплаты за услуги;
3. конкуренцию с коллегами по PR;
4. соблюдение полной конфиденциальности.

Т.3. 8. Что мы считаем основными целями деятельности по связям с общественностью?

1. изменение организационного устройства;
2. создание корпоративной интеграции;
3. создание репутации;
4. увеличение числа продаж.

Т.3. 9. Что такое «имидж»?

1. Известность;
2. внешний вид;
3. желательная модель лучшего будущего;
4. образ субъекта, воспринимаемый другими.

Т.3. 10. С помощью чего формируется имидж?

1. С помощью исторических сведений;
2. поведением в обществе;
3. информацией;
4. социологическими исследованиями.

Т.3.11. Репутация организации имеет сложное строение. Какие составляющие репутации вы можете отметить?

- 1) лояльность;
- 2) доверие;
- 3) интеграция;
- 4) справедливость.

Т.3.12. Как соотносятся имидж организации и репутация?

1. репутация является основой имиджа;
2. имидж является основой репутации;
3. имидж и репутация никак не связаны;
4. имидж и репутация это одно и то же.

Т.3.13. Что определяет фирменный стиль?

1. Товарный знак;
2. манера поведения сотрудников фирмы;
3. способ подачи рекламы;
4. использование единых принципов оформления для всех форм работы фирмы.

Т.3.14. Понятие «фирменный стиль» исключает:

- а) графика;
- б) слово;
- в) цвет;
- г) стандарты.

Перечень вопросов для оценки уровня сформированности компетенции УК-6

1. Реклама - это:

- а) информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- б) информация о потребительских свойствах товара и вида услуг, избирательно направленная на определенные группы потребителей (сегменты рынка);
- в) это манипулирующая общественным мнением информация, реализующаяся в обнародовании информационных сообщений от лица управляющих структур или контролирующих организаций, защищающих потребителей.

2. 2. Специалист по рекламе должен:

- а) знать теорию и методологию рекламного дела и иметь навыки соответствующей работы в сфере рекламы;
- б) обладать знаниями рекламного дела и уметь строить рекламную стратегию с учетом современных достижений для повышения эффективности рекламной деятельности;
- в) вносить существенный вклад в повышение общего социальноэкономического эффекта деятельности предприятия и организации в рамках повышения эффективности рекламной деятельности на основе знаний теории и методологии рекламного дела и навыка работы в данной сфере.

3. Прообразами современной графической и наружной рекламы являются:

- а) настенные объявления и наскальная живопись;
- б) формы оповещения населения глашатаями и трубадурами;
- в) использование цвета и различной гербовой символики.

4. В истории рекламы с позиций развития ее технологии и обеспечения массовости воздействия поворотным пунктом стал:

- а) 1440 г. - время изобретения И. Гутенбергом печатного станка;
- б) 1811 г. – время создания Ф. Кеигом первой плоскочечной полиграфической машины;
- в) 1839 г. – время появления первой фотоиллюстрации на основе открытия фотографии.

5. В зависимости от вида рекламных сообщений выделяют следующие формы рекламы в прессе:

- а) товарную и престижную рекламу;
- б) рекламные объявления, статьи или иные формы размещения рекламной продукции;
- в) публикации в общественно-политических изданиях и специальных изданиях;
- г) собственно подготовленные и, разработанные с помощью рекламных агентств, сообщения.

6. Рекламные средства по назначению рассчитаны на:

- а) оптовых и розничных покупателей;
- б) брокеров и определенные группы населения;
- в) оптовых и розничных покупателей, на определенные группы населения.

7. По месту применения рекламные средства подразделяются на:

- а) внешние и внутренние;
- б) внутренние и наружные;
- в) внутренние и внешние.

8. Средства рекламы классифицируются по:

- а) назначению, месту применения и использованию;
- б) назначению, использованию и техническим средствам;
- в) назначению, месту применения и характеру использования технических средств.

7.2.4. Бально-рейтинговая система оценки знаний бакалавров

Согласно Положения о бально-рейтинговой системе оценки знаний бакалавров баллы выставляются в соответствующих графах журнала (см. «Журнал учета бально-рейтинговых показателей студенческой группы») в следующем порядке:

«Посещение» - 2 балла за присутствие на занятии без замечаний со стороны преподавателя; 1 балл за опоздание или иное незначительное нарушение дисциплины; 0 баллов за пропуск одного занятия (вне зависимости от уважительности пропуска) или опоздание более чем на 15 минут или иное нарушение дисциплины.

«Активность» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем за демонстрацию студентом знаний во время занятия письменно или устно, за подготовку домашнего задания, участие в дискуссии на заданную тему и т.д., то есть за работу на занятии. При этом преподаватель должен опросить не менее 25% из числа студентов, присутствующих на практическом занятии.

«Практическое выполнение заданий преподавателя или «тестирование» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем по результатам контрольной работы или тестирования группы, проведенных во внеаудиторное время. Предполагается, что преподаватель по согласованию с

деканатом проводит подобные мероприятия по выявлению остаточных знаний студентов не реже одного раза на каждые 36 часов аудиторного времени.

«Отработка» - от 0 до 2 баллов выставляется за отработку каждого пропущенного лекционного занятия и от 0 до 4 баллов может быть поставлено преподавателем за отработку студентом пропуска одного практического занятия или практикума. За один раз можно отработать не более шести пропусков (т.е., студенту выставляется не более 18 баллов, если все пропущенные шесть занятий являлись практическими) вне зависимости от уважительности пропусков занятий.

«Пропуски в часах всего» - количество пропущенных занятий за отчетный период умножается на два (1 занятие=2 часам) (заполняется делопроизводителем деканата).

«Пропуски по неуважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Попуски по уважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Корректировка баллов за пропуски» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Итого баллов за отчетный период» - сумма всех выставленных баллов за данный период (графа заполняется делопроизводителем деканата).

Таблица перевода балльно-рейтинговых показателей в отметки традиционной системы оценивания

Соотношение часов лекционных и практических занятий	0/2	1/3	1/2	2/3	1/1	3/2	2/1	3/1	2/0	Соответствие отметки коэффициенту
Коэффициент соответствия балльных показателей традиционной отметке	1,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	«зачтено»
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	«удовлетворительно»
	2	1,75	1,65	1,6	1,5	1,4	1,35	1,25	-	«хорошо»
	3	2,5	2,3	2,2	2	1,8	1,7	1,5	-	«отлично»

Необходимое количество баллов для выставления отметок («зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично») определяется произведением реально проведенных аудиторных часов (n) за отчетный период на коэффициент соответствия в зависимости от соотношения часов лекционных и практических занятий согласно приведенной таблице.

«Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы» заполняется преподавателем на каждом занятии.

В случае болезни или другой уважительной причины отсутствия студента на занятиях, ему предоставляется право отработать занятия по индивидуальному графику.

Студенту, набравшему количество баллов менее определенного порогового уровня, выставляется оценка "неудовлетворительно" или "не зачтено". Порядок ликвидации задолженностей и прохождения дальнейшего обучения регулируется на основе действующего законодательства РФ и локальных актов КЧГУ.

Текущий контроль по лекционному материалу проводит лектор, по практическим занятиям – преподаватель, проводивший эти занятия. Контроль может проводиться и совместно.

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса

8.1. Основная литература:

1. Антипов, К.В. Паблик рилейшнз: учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. [Текст] / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – М.: Изд-й Дом «Дашков и К», 2002.
2. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособие [Текст] / Б.Л. Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001.
3. Варакута, С.А.. Связи с общественностью: Учеб. пособие/ С.А. Варакута, Ю.Н.
4. Егоров. -М.: ИНФРА-М, 2004. -246 с
5. Жолдак, В.И. Управление в сфере физической культуры и спорта: учеб.пособие для физкульт. учеб. заведений [Текст] / В.И.Жолдак, В.Н. Зуев. – М.: Изд-во Вектор Бук, 2000.
6. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л, Тарасов А.С. Теория и практика связей с общественностью. — СПб.: Питер, 2009. — 240 с.
7. Курамшин, Ю.Ф. Теория и методика физической культуры: Учебник [Текст] / Ю.Ф. Курамшин. – М.: Сов.спорт, 2004.
8. Муртазина, Г.Х. Связи с общественностью в физической культуре, рекреации и спорте: Учебно-методическое пособие [Текст] / Г.Х. Муртазина; НГУ им. П. Ф. Лесгафта. – СПб.: [б.и.], 2008.- 85 с.
9. Солганик Г.Я. Спорт в зеркале журналистики [Текст] /Сост. Г.Я. Солганик.-М.: - Мысль, 1989.
10. Федотова, Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений [Текст] / Л.Н. Федотова. – СПб.: Питер, 2003.
11. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие [Текст] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров.- М.: Дело, 2006.
12. Шарков, Ф. И.. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие для вузов. -2-е изд.. -М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2007. -304 с.
13. Шарков, Ф.И.Консалтинг в связях с общественностью: Учебник. М.: "Экзамен", 2005. 416 с. -
14. Шарков, Ф.И. Политический консалтинг (специализация курса "Консалтинг в связях с общественностью"): Учеб. пособие. -М.: Дашков и К, 2005. - 460 с.
16. Шишкина, М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления [Текст]/ М.А. Шишкина. – СПб.: Русич, Паллада-медиа, 2002.

8.2. Дополнительная литература

1. Блэк, С. Паблик рилейшнз. Что это такое? [Текст] / С. Блэк.– М.: Изд-во «Новости», 2003.
2. Гуськов, С.И. Спонсор и спорт [Текст] / С.И. Гуськов. – М., 1995.
3. Любашевский, Ю.Я. Технология современного спонсорства. Спонсоринг и фанд-рейзинг [Текст] / Ю.Я. Любашевский, А.В. Щербаков. – М.: Спонсорское агентство "Материк", 1998.
4. Мяконьков, В.Б. Основные понятия и принципы организации рекламной кампании в предпринимательской деятельности: Лекция [Текст] / В.Б. Мяконьков; СПб. Гос. акад. физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта. - СПб., 2001.

9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

9.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Адрес официального сайта университета: <http://kchgu.ru>.

Адрес размещения ЭИОС ФГБОУ ВО «КЧГУ»: <https://do.kchgu.ru>.

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2025-2026 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 249 эбс от 14.05.2025 г. Электронный адрес: https://znanium.com	от 14.05.2025 г. до 14.05.2026 г.
2025-2026 учебный год	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 10 от 11.02.2025 г. Электронный адрес: https://e.lanbook.com	от 11.02.2025 г. до 11.02.2026 г.
2025-2026 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: http://lib.kchgu.ru	Бессрочный
2025-2026 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22.02.2023 г. Электронный адрес: http://rusneb.ru	Бессрочный
2025-2026 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение №15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: http://elibrary.ru	Бессрочный
2025-2026 учебный год	Электронный ресурс Polpred.com Обзор СМИ. Соглашение. Бесплатно. Электронный адрес: http://polpred.com	Бессрочный

9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

Занятия проводятся в учебных аудиториях, предназначенных для проведения занятий лекционного и практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с расписанием занятий по образовательной программе. С описанием оснащённости аудиторий можно ознакомиться на сайте университета, в разделе материально-технического обеспечения и оснащённости образовательного процесса по адресу: <https://kchgu.ru/sveden/objects/>

9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная;
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная;
- ABBY FineReader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная;

- CalculateLinux (внесён в ЕРПИП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная;
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная;
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 25.01.2023 г. по 03.03.2025 г.;
- Kaspersky Endpoint Security. Договор №0379400000325000001/1 от 28.02.2025 г. Срок действия лицензии с 27.02.2025 г. по 07.03.2027 г.

9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Федеральный портал «Российское образование» - <https://edu.ru/documents/>
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru/>
3. Базы данных Scopus издательства Elsevir <http://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>.
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - <http://fgosvo.ru>.
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) – <http://edu.ru>.
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru>.
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – <http://window/edu.ru>.

10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ФГБОУ ВО «Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева» созданы условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Специальные условия для получения образования по ОПВО обучающимися с ограниченными возможностями здоровья определены «[Положением об обучении лиц с ОВЗ в КЧГУ](http://kchgu.ru)», размещенным на сайте Университета по адресу: <http://kchgu.ru>.

11. Лист регистрации изменений

В рабочей программе внесены следующие изменения:

Изменение	Дата и номер протокола ученого совета факультета/института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений в ОПВО	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения в ОПВО