

**Аннотация рабочей программы дисциплины**  
**Б 1.В.16 Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта**

<b>Цель дисциплины</b>	<p>Целями изучения дисциплины «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» является формирование у студентов базовых знаний о пропаганде и связях с общественностью в физической культуре и спорте, их генезисе, наиболее рациональном их использовании для развития отрасли ФКиС, становлении и развитии как профессии в обществе с рыночной экономикой.</p> <p>Основными задачами изучения дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– получить представление о функциях, задачах, сферах применения пропаганды и связей с общественностью;</li> <li>– овладеть теоретическими основами знаний о пропаганде и связях с общественностью в сфере физической культуры и спорта;</li> <li>– сформировать навыки общения в деловой коммуникации для успешной профессиональной деятельности в сфере ФКиС</li> </ul>
<b>Место дисциплины в учебном плане</b>	Б1.В.16
<b>Формируемые компетенции</b>	ОК-1, ОК-2, ОПК-4, ОПК-10, ОПК-12, ОПК-13, ПК-6, ПК-8, ПК-9, ПК-16, ПК-21, ПК-31, ПК-33
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины</b>	<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– современное состояние пропаганды и связей с общественностью в физической культуре и спорте, их генезис, становление и развитие как самостоятельной функции менеджмента;</li> <li>– законы и нормативные правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы пропаганды, рекламы и связей с общественностью в сфере ФКиС;</li> <li>– международные и российские кодексы профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью и рекламы;</li> <li>– специфику разнообразных форм деловой коммуникации;</li> <li>– квалификационные характеристики специалистов по связям с общественностью в сфере ФКиС.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять выбор коммуникативных форм и методов взаимодействия с общественностью;</li> <li>– применять полученные знания для успешного продвижения идей, товаров, услуг и начинаний на рынке массовой физической культуры и спорта;</li> <li>– анализировать законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность;</li> <li>– создавать базы данных средств массовой информации в сфере физической культуры и спорта.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами и средствами использования нормативных правовых документов в своей профессиональной деятельности;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основными положениями и методами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;</li> <li>– опытом проведения научного анализа результатов исследований и использования их в практической деятельности специалиста по физической культуре.</li> </ul>
<b>Содержание дисциплины</b>	<p>1.1 Термин «пропаганда» и его значение. Классификация пропаганды в сфере ФКиС. 1.2 Цели и функции пропаганды в сфере ФКиС. 1.3 Основные элементы процесса пропаганды: субъект, объект, содержание, формы и методы, средства (или каналы) пропаганды. 1.4 Роль органов управления сферой ФКиС в ведении пропагандистской работы по формированию ЗОЖ, развитию физической культуры и спорта.</p> <p>2.1 Взаимодействие и отличие связей с общественностью и рекламы. 2.2 Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации. 2.3 Организация и проведение кампаний и специальных мероприятий в сфере связей с общественностью 2.4 Взаимодействие со средствами массовой информации. 2.5 Стилистика и литературное редактирование Технология общения.</p> <p>3.1 Ключевые профессиональные компетенции специалиста в сфере физической культуры и спорта 3.2 Функции и квалификационные требования к специалисту по связям с общественностью в сфере ФКиС.</p>
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен — 6 семестр