

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Таганрогского института  
имени А. П. Чехова (филиала)  
РГЭУ (РИНХ)  
\_\_\_\_\_ С. А. Петрушенко  
«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Профессиональные коммуникации в сфере физической культуры и спорта**

Направление подготовки  
44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль) программы магистратуры  
44.04.01.25 Профессиональное образование в сфере физической культуры и спорта

Для набора 2026 года

Квалификация  
Магистр

**КАФЕДРА физической культуры****Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Курс Вид занятий	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	2	2	2	2
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	94	94	94	94
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 03.03.2026, протокол № 9.

Программу составил(и): канд. пед. наук, Доц., Савченко Маргарита Борисовна

Зав. кафедрой: Кибенко Е.И.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	формирование совокупности компетенций, позволяющих
1.2	эффективно осуществлять профессиональные коммуникации в области физической культуры и
1.3	спорта.

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОПК-3:	Способен проектировать организацию совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями
ОПК-3.1:	Проектирует организацию совместной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями на основе взаимодействия с другими специалистами при реализации образовательного процесса
ОПК-3.2:	Готов оказывать адресную помощь обучающимся с учетом их индивидуальных образовательных потребностей на соответствующем уровне образования
ОПК-6:	Способен проектировать и использовать эффективные психолого-педагогические, в том числе инклюзивные, технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания обучающихся с особыми образовательными потребностями
ОПК-6.1:	Проектирует и использует психолого-педагогические технологии образовательной деятельности обучающихся с учетом их личностных и возрастных особенностей
ОПК-6.2:	Разрабатывает индивидуально-ориентированные образовательные маршруты и программы (совместно с другими субъектами образовательных отношений), необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания обучающихся с особыми образовательными потребностями
ОПК-7:	Способен планировать и организовывать взаимодействия участников образовательных отношений
ОПК-7.1:	Планирует взаимодействие и сотрудничество с субъектами образовательного процесса
ОПК-7.2:	Организует взаимодействие участников образовательных отношений
ОПК-7.3:	Оценивает эффективность организации взаимодействия участников образовательных отношений
УК-4:	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-4.1:	Знает правила профессиональной этики, методы коммуникации для академического и профессионального взаимодействия, современные средства информационно-коммуникационных технологий
УК-4.2:	Умеет создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам, производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке, представлять результаты академической и профессиональной деятельности, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.3:	Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык
УК-4.4:	Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках
УК-6:	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
УК-6.1:	Определяет личностные и профессиональные приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
УК-6.2:	Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов
УК-6.3:	Владеет навыками осуществления деятельности по самоорганизации и саморазвитию в соответствии с личностными и профессиональными приоритетами

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:****Знать:**

- терминологическую лексику, грамматические конструкции, устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сфер бытовой и деловой коммуникаций (соотнесено с индикатором УК-4.1.);
  - основные характеристики официально делового, научного и др. стилей иностранного языка (соотнесено с индикатором УК-4.2.);
  - методику работы с информационно коммуникационными технологиями (соотнесено с индикатором УК-4.3.);
  - правила ведения деловой переписки на иностранном языке (соотнесено с индикатором УК-4.4.);
  - основы теории перевода (соотнесено с индикатором УК-4.4.);
  - приоритеты собственной деятельности (соотнесено с индикатором УК-6.1.);
  - способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки (соотнесено с индикатором УК-6.2.);
  - формулирует цели, задачи и способы проведения собственной деятельности (соотнесено с индикатором УК-6.3.).
- ОПК-3**
- основы инклюзивного образования (соотнесено с индикатором ОПК-3.1.);
  - нормативно-правовые, психолого-педагогические, проектно-методические и организационно-управленческие аспекты организации совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями, при реализации основных образовательных программ (соотнесено с индикатором ОПК-3.2.);
  - перечень и основные положения нормативно-правовых документов, защищающих права лиц с ОВЗ на доступное и качественное образование (соотнесено с индикатором ОПК-6.1.);
  - общие и специфические особенности психофизического развития обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями (соотнесено с индикатором ОПК-6.2.);
  - психолого-педагогические технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями (соотнесено с индикатором ОПК-6.2.);
  - педагогические основы построения взаимодействия с субъектами образовательного процесса (соотнесено с индикатором ОПК-7.1.);
  - методы выявления индивидуальных особенностей обучающихся, особенности построения взаимодействия с различными участниками образовательных отношений с учётом особенностей образовательной среды учреждения (соотнесено с индикатором ОПК-7.2.);
  - осуществлять взаимодействие с различными субъектами образовательного процесса (соотнесено с индикатором ОПК-7.3.).

**Уметь:**

- соотносить языковые средства с конкретными повседневными бытовыми ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка (соотнесено с индикатором УК-4.1.);
- работать с информацией из различных источников на иностранном языке для решения профессиональных задач (соотнесено с индикатором УК-4.2.);
- писать на иностранном языке официальные и неофициальные документы в соответствии с нормами речевого этикета (соотнесено с индикатором УК-4.3.);
- четко формулировать и аргументировано отстаивать переговорную позицию (соотнесено с индикатором УК-4.4.);
- реферировать и аннотировать тексты профессиональной направленности (соотнесено с индикатором УК-4.4.) .
- выстраивать иерархию целей деятельности и подчиненных им задач (соотнесено с индикатором УК-6.1.);
- анализировать эффективность учебных занятий и подходов к обучению (соотнесено с индикатором УК-6.2.);
- определять и предполагать возможность получения результатов профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором УК-6.3.)

**ОПК-3**

- проектировать содержание и организационно-методический инструментарий процесса совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями (соотнесено с индикатором ОПК-3.1.);
- оказывать необходимую помощь обучающимся с учетом их индивидуальных образовательных потребностей (соотнесено с индикатором ОПК-3.2.).
- проектировать специальные условия при инклюзивном образовании обучающихся с особыми образовательными потребностями; анализировать и осуществлять отбор психолого-педагогических технологий, используемых в образовательном процессе (соотнесено с индикатором ОПК-6.1.);
- организовать деятельность обучающихся с ОВЗ по овладению адаптированной образовательной программой (соотнесено с индикатором ОПК-6.2.);
- провести оценочные процедуры, отвечающие особым образовательным потребностям обучающихся с ОВЗ (соотнесено с индикатором ОПК-6.1.); ;
- организовать совместную деятельность обучающихся с ОВЗ с нормально развивающимися сверстниками при инклюзивном образовании (соотнесено с индикатором ОПК-6.2.).
- использовать особенности образовательной среды учреждения для реализации взаимодействия субъектов (соотнесено с индикатором ОПК-7.1.),
- составлять (совместно с другими специалистами) планы взаимодействия участников образовательных отношений (соотнесено с индикатором ОПК-7.2.),
- использовать для организации взаимодействия приёмы организаторской деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-7.3.).

**Владеть:**

- Иметь практический опыт использования концептуальной и языковой картины мира носителя иноязычной культуры (соотнесено с индикатором УК-4.1.);
- владения навыками поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet) (соотнесено с индикатором УК-4.2.);
- использования основных видов монологического и диалогического высказывания профессионального характера и делового общения (соотнесено с индикатором УК-4.3.);
- устного и письменного перевода текстов профессиональной направленности (соотнесено с индикатором УК-4.4.).
- способами мониторинга образовательных результатов и осуществления их анализа (соотнесено с индикатором УК-6.1.);
- навыками профессиональной рефлексии (соотнесено с индикатором УК-6.2.);
- самоорганизации и саморазвития в соответствии с личностными и профессиональными приоритетами (соотнесено с индикатором УК-6.3.).
- методикой выбора и проектирования форм и методов организации совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями (соотнесено с индикатором ОПК-3.1.);
- образовательную и другие виды помощи обучающимся с учетом их индивидуальных образовательных потребностей (соотнесено с индикатором ОПК-3.2.).
- навыками проектирования программных материалов педагога (рабочие программы учебных дисциплин и др.), учитывающие разные образовательные потребности обучающихся, в том числе особые образовательные потребности обучающихся с ОВЗ (соотнесено с индикатором ОПК-6.1.);
- методикой проведения уроков (занятий) с использованием психолого-педагогические технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями (соотнесено с индикатором ОПК-6.2.);
- методами и технологиями оценочных мероприятий (входная, промежуточная, итоговая диагностика успеваемости) в инклюзивных классах (группах) (соотнесено с индикатором ОПК-6.2.) .
- технологиями взаимодействия и сотрудничества в образовательном процессе (соотнесено с индикатором ОПК-7.1.),
- способами решения проблем при взаимодействии с различным контингентом обучающихся (соотнесено с индикатором ОПК-7.2.),
- приёмами индивидуального подхода к разным участникам образовательных отношений (соотнесено с индикатором ОПК-7.3.).

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. Содержание дисциплины. Структурирование по темам.

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	<p>Тема. Общая характеристика и особенности профессиональной коммуникации в области физической культуры и спорта. Понятие «профессиональной коммуникации». Виды коммуникаций. Коммуникационные связи. Стили делового общения руководителя. Стили делового общения тренера. Барьеры в коммуникации. Элементы коммуникативной стратегии. Культура устной и письменной коммуникации в области спорта. Культура профессиональных жестов в избранном виде спорта. Электронные средства коммуникации в спорте.</p> <p>Культура речевого взаимодействия в спорте. Специальные средства коммуникации в области физической культуры и спорта. Язык и речь в области физической культуры и спорта. Разновидности речи. Стратегии слушающего и говорящего. Речь в определенных условиях спортивной подготовки. Специальная терминология в избранном виде спорта. Особенности спортивных команд в специфических условиях (тренировка, соревнование, шум, ограничение по времени и т.д.). Особенности коммуникационного взаимодействия в области физической культуры и спорта. Специальные средства для коммуникации в различных видах спорта. Специальные средства коммуникации в различных условиях. Специфические команды и жесты. Специальное оборудования для коммуникационного взаимодействия в различных условиях спортивной подготовки и соревнований. Особенности «секретной» коммуникации в области спорта.</p>	Лекционные занятия	1	2	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4
1.2	<p>Тема. Физическая культура и спорт сквозь призму коммуникаций. Физическая культура и коммуникации как феномены культуры. Физическая культура: краткий исторический экскурс. Теоретические аспекты информационного общества. Информационные революции. Теория информационных волн. Медиапространство информационного общества.</p> <p>Информация в физической культуре и спорте: подходы к управлению. Традиционные способы управления информацией в спортивной сфере. Цифровые информационные технологии в физической культуре и спорте.</p>	Практические занятия	1	2	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4
1.3	<p>Тема. Массовая коммуникация. Массовая коммуникация и социально-коммуникативные технологии. Функции массовой коммуникации. Социально-коммуникативные технологии Д. П. Гавры.</p> <p>Социально-психологические основы коммуникации. Коммуникационная модель. Теории эффективной коммуникации. Речевой образ коммуникатора (РОК). Информационные барьеры.</p>	Практические занятия	1	2	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4
1.4	<p>Тема. Правовые основы коммуникаций. Основы российского законодательства в сфере PR и рекламы. Российский рекламный кодекс. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. Законодательные аспекты социальной рекламы. Общие профессиональные принципы PR-деятельности.</p>	Практические занятия	1	2	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7

	Общественное мнение в коммуникативном пространстве. Коммуникативное пространство и общественное сознание. Общественное мнение: определения и структура. Аттитюды как объективный атрибут межличностной коммуникации. Этапы формирования общественного мнения. Управление общественным мнением.				ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4
1.5	Тема. Пропаганда: общая характеристика. Классификация методов манипулятивного влияния. Виды манипуляции. Определение пропаганды. Пропаганда ЗОЖ: «адвокатизм» пропаганды в сфере физической культуры и спорта. Government Relation. Public Relations vs Government relations: в чем специфика? Сущность и содержание GR. Отличительные особенности GR. Основные функции GR. Виды GR.	Практические занятия	1	2	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4
1.6	Тема. Модели, методы и технологии GR-деятельности. Модели взаимодействия с органами власти. Коммуникационные механизмы GR. Формы и технологии GR-деятельности. Теория стейкхолдеров. Media relations в GR. «О защите прав потребителей»: Федеральный закон от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 // КонсультантПлюс : [сайт]. — URL: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/</a> (дата обращения: 05.01.2023). «О молодежной политике в Российской Федерации»: Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ : Принят Государственной Думой 23.12.2020. года : Одобрен Советом Федерации 25.12.2020 // Гарант.ру : [сайт]. — URL: <a href="https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/">https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/</a> (дата обращения: 15.05.2021). «О некоммерческих организациях»: Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ // КонсультантПлюс : [сайт]. — URL: <a href="http://www.consultant.ru/document/-cons_doc_LAW_8824/">http://www.consultant.ru/document/-cons_doc_LAW_8824/</a> (дата обращения: 05.01.2023).	Самостоятельная работа	1	17	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4
1.7	Тема. Сущность Public Relation: понятия, функции, классификация. Исторические предпосылки возникновения PR. Сущность, характер и содержание PR. Содержательный, идеологически-концептуальный и инструментальный подходы: отличительные характеристики. Определения PR. Классификация и функции PR. Определение и типология PR. Модели PR. Функции PR PR в сфере государственного управления. Особенности и специфика PR в системе государственного управления. Этапность и направления деятельности PR. PR-технологии в органах государственной власти. PR в социокультурной сфере. Российский Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью : Принят на заседании Исполнительного Совета Российской Ассоциации по связям с общественностью 26 сентября 2001 г., Москва // Российская ассоциация по связям с общественностью : [сайт]. — URL: <a href="https://goo-gl.ru/WeCх1">https://goo-gl.ru/WeCх1</a> (дата обращения: 18.05.2021). Российский рекламный кодекс // Группа компаний «АМТ». Юридические статьи : [сайт]. — URL: <a href="https://regrek.ru/ros_rekl_kodeks.html/">https://regrek.ru/ros_rekl_kodeks.html/</a> (дата обращения: 20.05.2021).	Самостоятельная работа	1	20	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4
1.8	Тема. Основные технологии Public Relations. Пресс-конференция. Брифинг. Пресс-тур. Презентация. Прием. Основные инструменты Public Relations. Краткая характеристика основных инструментов PR. Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры. Фактологические жанры. Аналитические жанры. Образно-новостные жанры. Комбинированные тексты. Технологические	Самостоятельная работа	1	17	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1

	<p>требования к основным инструментам PR. «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» : Федеральный закон от 02 мая 2006 г. № 59-ФЗ // Консультант-Плюс : [сайт]. — URL: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/</a> (дата обращения: 05.01.2018). «О рекламе» : Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ : Принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года : Одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года // Гарант.ру : [сайт]. — URL: <a href="https://base.garant.ru/12145525/">https://base.garant.ru/12145525/</a> (дата обращения: 20.05.2021).</p> <p>PR-кампания. Понятие «PR-кампания». Соотношение понятий «PR-кампания» и «PR-деятельность организации». Основные характеристики PR-кампаний. Типология PR-кампаний. Этапы PR-кампании. «О рекламе» : Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ : Принят Государственной Думой 14 июня 1995 года // Гарант.ру : [сайт]. — URL: <a href="https://base.garant.ru/3998736/">https://base.garant.ru/3998736/</a> (дата обращения: 18.05.2021). «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» : Указ Президента РФ от 2 июля 2021 г. № 400 // Гарант.ру : [сайт]. — URL: <a href="https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/401325792/">https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/401325792/</a> (дата обращения: 05.07.2021). «О стратегическом планировании в Российской Федерации» : Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ // КонсультантПлюс : [сайт]. — URL: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/</a> (дата обращения: 05.01.2021).</p>				<p>ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4</p>
1.9	<p>Тема. Основные научные подходы в новейшей истории российской рекламы. Реклама как социокультурное явление. Психологический подход. Креативный подход. Психологический подход. Коммуникативный подход. Социокультурный подход. Реклама как социокультурное явление. Реклама: определения, функции, классификации. Реклама в структуре комплекса продвижения. Определения рекламы: структурно-функциональный подход. Определения рекламы: североамериканская, европейская и российская школы. Признаки и функции рекламы. Классификация рекламы. Взаимосвязь рекламы и матрицы БКГ</p> <p>Каналы распространения рекламы. Выбор основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки медианосителей. Печатная реклама. Реклама в периодических изданиях. Реклама в газетах. Реклама в журналах. Реклама на телевидении. Радиореклама. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Прямая почтовая реклама. Рекламные сувениры и подарки. Интернет-реклама. Мобильная реклама. Рекламная кампания. Характеристики, классификация и алгоритм проведения рекламных кампаний. Этапы разработки и проведения рекламной кампании. «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» : Федеральный закон от 21 июля 2014 г. № 212-ФЗ // КонсультантПлюс : [сайт]. — URL: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165809/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165809/</a> (дата обращения: 05.01.2021). «Об утверждении доктрины информационной безопасности Российской Федерации» : Указ Президента Российской Федерации от 05.12.2016 г. № 646 // Официальный сайт Президента Российской Федерации. URL: <a href="http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460">http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460</a> (дата обращения: 05.01.2021). «Об утверждении Основ государственной молодежной политики РФ на период до 2025 г.» : Распоряжение КонсультантПлюс : [сайт]. — URL: <a href="https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/5416a7ecfe3a3fe3ff052deb74264bbf282e889ef/">https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/5416a7ecfe3a3fe3ff052deb74264bbf282e889ef/</a> (дата обращения: 12.03.2023). Конституция Российской Федерации : Принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года // Официальный интернет-портал правовой информации. — URL: <a href="http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007040001">http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007040001</a> (дата обращения: 05.07.2021). Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р //</p>	Самостоятельная работа	1	20	<p>УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4</p>
1.10	<p>Эффективность рекламы. Проблема эффективности рекламы. Виды и методы изучения эффективности рекламы. Мифотехнологии в рекламе. Мифотехнологии как вид социально-коммуникативных технологий. Сущность мифа. Классификация характеристик. Теория архетипов и классификация К. Г. Юнга.</p> <p>Тема. Социальная реклама. Исторические аспекты социальной рекламы. Цели, задачи, определения социальной рекламы. Мотивы как основа социальной рекламы. Классификация видов социальной рекламы. Сравнительный анализ коммерческой и социальной рекламы. 1. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам добровольчества (волонтерства)» : Федеральный закон от 5 февраля 2018 г. № 15-ФЗ (с изменениями и дополнениями) // Гарант.ру : [сайт]. — URL: <a href="https://base.garant.ru/71871620/1caf_b24d049dcd1e7707a22d98e9858f/">https://base.garant.ru/71871620/1caf_b24d049dcd1e7707a22d98e9858f/</a></p>	Самостоятельная работа	1	20	<p>УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2</p>

	(дата обращения: 20.05.2021). 2. «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» : Федеральный закон от 28 июня 1996 г. № 98-ФЗ // КонсультантПлюс : [сайт]. — URL: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7041/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7041/</a> (дата обращения: 05.01.2023).				УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4
1.11	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	1	4	УК-4 УК-6 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-7 ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Холодов, Жорж Константинович, Кузнецов, В. С.	Теория и методика физической культуры и спорта: учебник	М.: Академия, 2016	15 экз.
2	Поздняков Э. А.	Философия культуры: монография	Москва: Весь Мир, 2015	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276913">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=276913</a>
3	Доброхотов А. Л.	Философия культуры: учебник для вузов: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471748">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471748</a>
4	Иошкин, В. К.	Философия культуры. Философские основы творчества: монография	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/78192.html">http://www.iprbookshop.ru/78192.html</a>
5	Агеева, Г. Ф., Карпенкова, Е. Н.	Теория и методика физической культуры и спорта: учебное пособие	Санкт-Петербург: Лань, 2022	2 экз.
6	Агеева, Г. Ф., Карпенкова, Е. Н.	Теория и методика физической культуры и спорта	Санкт-Петербург: Лань, 2024	<a href="https://e.lanbook.com/book/366788">https://e.lanbook.com/book/366788</a>

##### 5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Каган М.С., Сергеев К.А., Светлов Р.В., Перов Ю.В., Прозерский В.В., Акиндинова Т.А., Шор Ю.А., Юровская Э.П., Соколов Э.В., Замалеев А.Ф., Овчинникова Е.А.	Философия культуры: становление и развитие: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений	СПб.: Лань, 1998	
2	Белый А.	Символизм и философия культуры. Символизм и творчество. Почему я стал символистом: публицистика	Москва: Директ-Медиа, 2006	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=10153">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=10153</a>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
3	Пивоев В. М.	Философия культуры: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2013	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=210654">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=210654</a>
4	Мосяйкина Л. Г.	Программа подготовки переводчика профессиональной коммуникации в сфере физической культуры и спорта	Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2010	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=277342">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=277342</a>
5	Меняева М. П.	Теория культуры. Философия культуры: учебное пособие	Челябинск: ЧГАКИ, 2011	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=492293">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=492293</a>
6	Меняева, М. П.	Теория культуры. Философия культуры: учебное пособие	Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2011	<a href="http://www.iprbookshop.ru/56519.html">http://www.iprbookshop.ru/56519.html</a>
7	Никитина, Н. И.	Философия культуры русского позитивизма начала века: пособие для студентов	М.: Аспект Пресс, 1996	

#### 5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Куклярский Ф. Ф.	Философия культуры. Идеалы человеческой культуры в свете трагического миропонимания	Петроград: Екатерининская типография, 1917	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=233451">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=233451</a>

#### 5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

MS Windows Professional, MS Office.

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU (<https://www.elibrary.ru/>).

СПС «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>).

#### 5.3. Перечень программного обеспечения

#### 5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

### 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

### 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

### ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

##### 1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций

УУД, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия			
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- терминологическую лексику,</li> <li>грамматические конструкции,</li> <li>устойчивые словосочетания,</li> <li>фразеологические единицы, характерные для сфер бытовой и деловой коммуникаций;</li> <li>- основные характеристики официально делового, научного и др. стилей иностранного языка;</li> <li>- методику работы с информационно коммуникационными технологиями;</li> <li>правила ведения деловой переписки на иностранном языке;</li> <li>основы теории перевода.</li> </ul>	<p>знает специфику коммуникативной деятельности педагога, имеет представление о многообразии моделей и технологий педагогической коммуникации, основные концепции организации межличностного взаимодействия в информационно-образовательной среде</p>	<p>демонстрирует многообразие моделей педагогической коммуникации, основные концепции организации межличностного взаимодействия информационно-образовательной среде</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>
<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соотносить языковые средства с конкретными повседневными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;</li> <li>- работать с информацией из различных источников на иностранном языке для решения профессиональных задач;</li> <li>- писать на иностранном языке официальные и неофициальные документы в</li> </ul>	<p>Выбирает коммуникативную стратегию и тактику эффективного педагогического взаимодействия с учетом специфики педагогической ситуации, находит и обрабатывает информацию, необходимую для качественного выполнения профессиональных задач и достижения профессионально значимых целей, в т.ч. на иностранном языке</p>	<p>самостоятельно находит и обрабатывает информацию, необходимую качественного выполнения профессиональных задач и достижения профессионально значимых целей, в т.ч. на иностранном языке</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>

<p>соответствии с нормами речевого этикета;  - четко формулировать и аргументировано отстаивать переговорную позицию;  - реферировать и аннотировать тексты профессиональной направленности.</p>			
<p>Владеть:  - Иметь практический опыт использования концептуальной и языковой картины мира носителя иноязычной культуры;  - владения навыками поиска страноведческой и профессиональной информации, пользуясь различными источниками (в том числе, Internet);  - использования основных видов монологического и диалогического высказывания профессионального характера и делового общения;  - устного и письменного перевода текстов профессиональной направленности.</p>	<p>Высказывается в ситуациях делового общения с соблюдением необходимых норм культуры языка, понимает оригинальный текст на иностранном языке по профессиональной проблематике</p>	<p>навыки эффективного речевого поведения в различных сферах коммуникации и разных речевых ситуациях, навыки извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по профессиональной проблематике.</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25)  Т – тест (1-3)  З – зачет (1-89)</p>
<p>УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>			
<p>Знать:  - приоритеты собственной деятельности;  - способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки(3.2);</p>	<p>Раскрывает закономерности и принципы построения и функционирования образовательных (педагогических) систем.  Характеризует место образования в жизни личности и общества.  Имеет научное представление о результатах образования, путях их достижения и способах оценки.</p>	<p>Соответствие ответа, поставленному вопросу, его аргументированность; соответствие содержания работы выбранной теме реферата, презентации.  Имеет четкую гражданскую позицию и демонстрирует ее с точки зрения профессиональной деятельности</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25)  Т – тест (1-3)  З – зачет (1-89)</p>
<p>Уметь:</p>	<p>Распределяет время и</p>	<p>Умеет выстраивать иерархию целей</p>	<p>Р – реферат</p>

<p>- выстраивать иерархию целей деятельности и подчиненных им задач; - анализировать эффективность учебных занятий и подходов к обучению;</p>	<p>выбирает, методы и формы собственной деятельности в соответствии с иерархией целей деятельности и подчиненных им задач. Оценивает образовательные результаты учебных обучающихся, как индикаторы эффективности собственной деятельности. Осуществляет выбор видов, методов и форм собственной деятельности в соответствии с реальными учебными достижениями и возможностями детей.</p>	<p>Деятельности и подчиненных им задач. Умеет анализировать эффективность учебных занятий и подходов к обучению</p>	<p>(Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>
<p>Владеть: - способами мониторинга образовательных результатов и осуществления их анализа; - навыками профессиональной рефлексии;</p>	<p>Использует контрольно-диагностические материалы в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами и основными образовательными программами. Использует современные способы диагностики образовательных результатов, в том числе с учетом применения информационно-коммуникационных технологий. Соотносит образовательные результаты с обучающимися с использованием различных методов и форм собственной деятельности. Перестраивает и корректирует</p>	<p>Владеет способами мониторинга образовательных результатов. Владеет навыками профессиональной рефлексии.</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>

	собственную деятельность на базе данных о результативности используемых педагогических технологий.		
ОПК-3: Способен проектировать организацию совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями			
Знать: - основы инклюзивного образования, - нормативно-правовые, психолого-педагогические, проектно-методические и организационно-управленческие аспекты организации совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями, при реализации основных образовательных программ.	методы и приемы формирования ценностных ориентаций обучающихся, развития нравственных чувств, формирования нравственного облика, нравственной позиции, нравственного поведения.	Студент четко аргументирует свой ответ, демонстрируя глубокие знания, подкрепляет их примером из практики	P – реферат (P 1-25) T – тест (1-3) З – зачет (1-89)
Уметь: - проектировать содержание и организационно-методический инструментарий процесса совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам  Анализирует (письменно, устно) воспитательные ситуации, содействующие становлению у обучающихся нравственной позиции, духовности, ценностного отношения к человеку.	Соответствие выбранного материала и литературных источников, поставленной проблеме	P – реферат (P 1-25) T – тест (1-3) З – зачет (1-89)
Владеть: - методикой выбора и проектирования форм и методов организации совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми	Проводит учебные занятия с претворением в практическое действие духовных ценностей. Разрабатывает рабочую программу по учебному предмету с претворением в практическое	Соответствие ответа, поставленному вопросу, его аргументированность; соответствие содержания работы выбранной теме реферата, презентации. Самостоятельно разрабатывает требуемые программы, излагает понимание сущности профессиональной деятельности	P – реферат (P 1-25) T – тест (1-3) З – зачет (1-89)

образовательными потребностями.	действие духовных ценностей.		
ОПК-6: Способен проектировать и использовать эффективные психолого-педагогические, в том числе инклюзивные, технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания обучающихся с особыми образовательными потребностями			
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- перечень и основные положения нормативно-правовых документов, защищающих права лиц с ОВЗ на доступное и качественное образование;</li> <li>- общие и специфические особенности психофизического развития обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями;</li> <li>- психолого-педагогические технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями.</li> </ul>	<p>Раскрывает сущность понятий «технологии», профессиональной «психолого-педагогические технологии». Характеризует психолого-педагогические технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями. Приводит примеры из профессиональной деятельности по применению психолого-педагогических технологий, необходимых для индивидуализации обучения, развития, воспитания, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями.</p>	<p>Студент четко аргументирует свой ответ, демонстрируя глубокие знания, подкрепляет их примером из практики. Понимает общие и специфические особенности психофизического развития обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями. Организует деятельность обучающихся с ОВЗ по овладению адаптированной образовательной программой; проводит оценочные процедуры, отвечающие особым образовательным потребностям обучающихся с ОВЗ.</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-проектировать специальные условия при инклюзивном образовании обучающихся с особыми образовательными потребностями;</li> <li>анализировать и осуществлять отбор психолого-педагогических технологий, используемых в</li> </ul>	<p>Выбирает необходимые приемы, методы, технологии и средства для организации совместной деятельности обучающихся с ОВЗ с нормально развивающимися сверстниками при инклюзивном образовании. Организует</p>	<p>Использует технологии оценочных мероприятий (входная, промежуточная, итоговая диагностика успеваемости) в инклюзивных классах (группах).</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>

<p>образовательном процессе;  - организовать деятельность обучающихся с ОВЗ по овладению адаптированной образовательной программой;  - провести оценочные процедуры, отвечающие особым образовательным потребностям обучающихся с ОВЗ;  - организовать совместную деятельность обучающихся с ОВЗ с нормально развивающимися сверстниками при инклюзивном образовании.</p>	<p>различные виды деятельности обучающихся с ОВЗ с нормально развивающимися сверстниками при инклюзивном образовании.</p>		
<p>Владеть:  - навыками проектирования программных материалов педагога (рабочие программы учебных дисциплин и др.), учитывающие разные образовательные потребности обучающихся, в том числе особые образовательные потребности обучающихся с ОВЗ;  - методикой проведения уроков (занятий) с использованием психолого-педагогические технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями;  - методами и технологиями оценочных мероприятий (входная, промежуточная, итоговая диагностика</p>	<p>Использует различные психолого-педагогические технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями в соответствии с содержанием образовательной программы.  Использует в профессиональной деятельности различные методы и технологии оценочных мероприятий (входная, промежуточная, итоговая диагностика успеваемости) в инклюзивных классах (группах).</p>	<p>Проводит занятия в соответствии с методикой проведения уроков (занятий) с использованием психолого-педагогические технологий в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания, в том числе обучающихся с особыми образовательными потребностями.</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25)  Т – тест (1-3)  З – зачет (1-89)</p>

успеваемости) в инклюзивных классах (группах) .			
ОПК-7: Способен планировать и организовывать взаимодействия участников образовательных отношений			
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-педагогические основы построения взаимодействия с субъектами образовательного процесса,</li> <li>- методы выявления индивидуальных особенностей обучающихся, особенности построения взаимодействия с различными участниками образовательных отношений с учётом особенностей образовательной среды учреждения.</li> </ul>	<p>демонстрирует знание основ построения образовательного процесса в соответствии с индивидуальными особенностями обучающихся.</p>	<p>Студент четко аргументирует свой ответ, демонстрируя глубокие знания, подкрепляет их примером из практики</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать особенности образовательной среды учреждения для реализации взаимодействия субъектов,</li> <li>- составлять (совместно с другими специалистами) планы взаимодействия участников образовательных отношений, - использовать для организации взаимодействия приёмы организаторской деятельности.</li> </ul>	<p>Понимает и использует в своей работе особенности образовательной среды при составлении образовательных программ и планов, умеет контактировать с другими участниками образовательного процесса.</p>	<p>Соответствие выбранного материала и литературных источников, поставленной проблеме</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологиями взаимодействия и сотрудничества в образовательном процессе,</li> <li>- способами решения проблем при взаимодействии с различным контингентом обучающихся, -приёмами индивидуального подхода к разным участникам</li> </ul>	<p>Демонстрирует навыки различных видов планирования и сотрудничества в соответствии с контингентом занимающихся.</p>	<p>Соответствие ответа, поставленному вопросу, его аргументированность; соответствие содержания работы выбранной теме реферата, презентации. Практически демонстрирует опыт проведения и организации соревнований и взаимодействие организаторов.</p>	<p>Р – реферат (Р 1-25) Т – тест (1-3) З – зачет (1-89)</p>

образовательных отношений.			
----------------------------	--	--	--

## 2.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

- 84 – 100 баллов (оценка «отлично»),
- 67 – 83 балла (оценка «хорошо»),
- 50 – 66 баллов (оценка «удовлетворительно»),
- 0 – 49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

## 2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

### Вопросы к зачету

1. В чем заключается сущность коммуникации в сфере физической культуры и спорта?
2. Какие формы коммуникации вам известны?
3. Перечислите самые распространенные теории возникновения спорта. В чем их базовые положения?
4. Какие исторические традиции физической культуры сегодня являются наиболее важными? Дайте обоснование вашей позиции.
5. В чем заключается основная роль социальной рекламы?
6. Каковы основные отличия социальной рекламы от коммерческой?
7. В чем состоят функции социальной рекламы?
8. Какие, на ваш взгляд, проблемы современного общества решает социальная реклама в области физической культуры и спорта?
9. Охарактеризуйте основные мотивы, используемые для создания социальной рекламы.
10. Какие мотивы способствуют формированию установки «человек – мера всех вещей» (Протагор) в социальной рекламе? Приведите примеры из реальной практики сферы физической культуры и спорта.
11. Оцените потенциал социальной рекламы в формировании национально-патриотической и профессиональной идентичности спортсменов.
12. Дайте развернутые определения понятий «миф» и «мифотехнологии».
13. Выделите критерии социально-коммуникативных технологий.
14. Раскройте становление понятия «архетип» в истории науки.
15. В чем состоит классификация архетипов К. Г. Юнга?
16. Каким образом характеризует миф А. В. Ульяновский?
17. Проанализируйте основные идеи олимпизма с позиций теории мифотехнологий.
18. Приведите примеры архетипов Олимпийского движения.
19. Охарактеризуйте виды эффективности рекламы.
20. Перечислите методы изучения психологической эффективности.
21. Как вычислить экономическую эффективность?
22. Дайте классификацию рекламной кампании.
23. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы рекламной кампании.
24. Когда применяются следующие рекламные стратегии: а) «послания»; б) «звездная»?
25. Охарактеризуйте основные креативные стили разработки рекламной идеи.
26. Назовите принципы построения матрицы Мэлоуни.
27. Дайте характеристику основным медиастратегиям.
28. Назовите типы медиа-графиков рекламной кампании.
29. Перечислите методы предтестирования и посттестирования рекламной кампании.
30. Что является объектом изучения коммуникативной, психологической и экономической эффективности рекламы?
31. Перечислите достоинства и недостатки медианосителей.
32. Приведите примеры удачного использования метафор, идиом, цитат и т. д. в заголовках реклам.
33. Каковы, на ваш взгляд, оптимальные средства распространения рекламы сферы физической культуры и спорта?
34. Проанализируйте структуру интернет-рекламы в соответствии с целевой аудиторией спорта высоких достижений.
35. Проанализируйте структуру интернет-рекламы в соответствии с целевой аудиторией массового спорта.
36. Оцените потенциал рекламы в популяризации массового спорта и формировании установок ЗОЖ.

37. Перечислите элементы структуры продвижения в различных научных школах.
38. «Реклама – это...» выберите из числа приведенных в учебном пособии определений наиболее оптимальное, с вашей точки зрения, выделив родовой признак и видовые отличия. Приведите примеры рекламы из области физической культуры и спортивной жизни, соответствующие вашему выбору.
39. Каковы функции рекламы как инструмента маркетинга и как социокультурного явления?
40. Перечислите основания для классификации рекламы.
41. Выберите любую понравившуюся вам рекламу из области физической культуры и спорта. Проанализируйте соответствие рекламы конкретной организации и матрице БКГ.
42. Какова роль рекламы в современном обществе?
43. В чем состоит амбивалентность влияния рекламы на общество?
44. В чем состоит специфика праксиологического, креативного, психологического, коммуникативного и социокультурного подходов в изучении рекламы?
45. Охарактеризуйте ценностные ориентации субъектов манипулирующего и цивилизованного этапов развития рыночных отношений.
46. Каковы основные проблемы рекламного рынка на современном этапе?
47. В чем состоит цель PR-кампании? Для чего она используется?
48. Дайте определение PR-кампании.
49. Перечислите основные характеристики PR-кампании.
50. Перечислите основные этапы.
51. Приведите примеры PR-кампаний спортивных мероприятий.
52. Приведите примеры PR-кампаний спортивных организаций.
53. Перечислите первичные и комбинированные тексты *Public Relations*.
54. Как вы можете обозначить область и условия применения пресс-релиза, медиа-кита, бэкграунда, фичера и ньюслеттера?
55. Проанализируйте приведенную в прил. 2 пресс-релизность. Выделите основные смысловые блоки. Соотнесите ее содержание, оформление с правилами составления пресс-релиза.
56. Постарайтесь классифицировать все инструменты *Public Relations*, описанные в данной главе, по различным основаниям. Например, по стилю изложения информации или по количеству и качеству информационного материала.
57. Отталкиваясь от реального информационного повода в спортивной сфере, разработайте формы основных инструментов *Public Relations*.
58. С какими целями, как правило, организуют пресс-конференцию?
59. В каких конкретных ситуациях уместно проведение брифинга?
60. Оцените достоинства и сложности организации пресс-туров.
61. Проанализируйте общие и специфические характеристики пресс-конференции и презентации.
62. Охарактеризуйте прием для прессы как PR-технологию.
63. Проанализируйте специфику PR в системе государственного управления.
64. Перечислите основные проблемы и основные задачи в сфере физической культуры и спорта.
65. Проранжируйте PR-технологии органов государственной власти по степени важности.
66. Перечислите основные направления деятельности и PR-технологии в органах государственной власти в области спорта высоких достижений и массового спорта.
67. Проанализируйте особенности PR в социокультурной сфере. Чем отличается данный PR от коммерческого PR и от GR?
68. Проанализируйте концептуальные подходы к определению PR.
69. Сформулируйте характеристики содержательного подхода PR.
70. Сформулируйте характеристики инструментального подхода PR.
71. Какая из моделей PR оптимальна для решения проблем и задач сферы физической культуры и массового спорта? Обоснуйте.
72. Перечислите основные направления деятельности GR-технологии в органах государственной власти.
73. Перечислите формы и технологии GR-деятельности. Проанализируйте специфику GR в системе государственного управления.
74. Как бы вы определили причины возникновения GR? Оцените потенциал GR-деятельности в сфере физической культуры и спорта.
75. Перечислите основные коммуникативные технологии, опишите их особенности. Определите характеристики коммуникативных технологий в рамках социальных стереотипов.
76. Сформулируйте суть манипулятивного воздействия. Охарактеризуйте виды манипуляций. Проанализируйте связь манипуляций и различных типов культур.
77. Охарактеризуйте общественное мнение как социальный институт. Перечислите характеристики и функции общественного мнения. Каковы основные этапы и методы формирования общественного мнения?
78. Соотнесите понятия «общественное мнение» и «общественное сознание».
79. Систематизируйте аргументы «за» и «против» участия в международных спортивных мероприятиях без государственной символики с позиции формирования общественного мнения.

80. Перечислите принципы PR-деятельности (по Российскому рекламному кодексу).
81. Охарактеризуйте нормативную базу PR-деятельности.
82. Сформулируйте предложения по совершенствованию нормативно-правовой базы коммуникативных технологий. Охарактеризуйте сущность коммуникативного процесса. Определите основные проблемы коммуникации.
83. Перечислите известные вам теории эффективной коммуникации. Какова структура речевого образа коммуникатора?
84. Раскройте, какие бывают информационные барьеры и методы их преодоления.
85. В чем заключается специфика массовой коммуникации? Охарактеризуйте структурные элементы массовой коммуникации. Перечислите функции массовой коммуникации.
86. Раскройте характеристики цифрового социокультурного пространства социальных сетей.
87. Охарактеризуйте понятия «медиапространство», «медиакультура» и «медиаменеджмент».
88. В чем заключается специфика массовой коммуникации?
89. Определите основные задачи сферы ФКС в коммуникативном пространстве информационного общества. Проанализируйте специфику коммуникации в спортивной сфере.

#### **Критерии оценивания:**

Результаты обучения оцениваются путем сдачи зачета:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

– «зачтено» (50-100 баллов) выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой;

– «не зачтено» (0-49 баллов) выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, давшему ответ, который не соответствует вопросу.

## **ТЕСТЫ**

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины:**

#### **Примерные вопросы для тестирования**

**(вопросы с закрытой формой ответа: выбор правильного варианта из предложенных)**

#### **Примерные тестовые задания.**

##### **Тест 1.**

1. Дайте определение понятию «связи с общественностью».
  - а) подсистема менеджмента, направленная на поддержание благоприятной внешней среды развития организации;
  - б) это структура подразделений, делегирование полномочий и обязанностей, регламентация взаимоотношений, использование ресурсов;
  - в) установление и поддержание связей с прессой;
  - г) это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию взаимодействия организации с общественностью.
2. Что в переводе с английского означает паблик рилейшнз?
  - а) связи с общественностью;
  - б) взаимоотношение публичных людей;
  - в) работа на публику;
  - г) общественное мнение.
3. Выберите неверное утверждение:
  - а) ситуативный анализ в концепции PR содержит всю информацию, которую удалось собрать по нужной теме как внутри, так и вне компании;
  - б) существуют три вида аудиторий (по А. Игнатьеву): первичная (на которую нужно повлиять), вторичная (лидеры мнений) и третичная (организационные группы);
  - в) буклеты, пресс-киты, директ-мейлы и выставки – это все стратегии PR;
  - г) цели по аудиториям делятся на поведенческие, по формированию отношений к фирме и информационные.
4. В чём основное достоинство использования технологий PR?
  - а) широкий охват аудитории;

- б) приносит компании общественное уважение;
  - в) относительно недороги (например по сравнению с рекламой);
  - г) позволяют получать доступ к информации.
5. В чём суть работы хорошего специалиста по связям с общественностью?
- а) он создаёт коммуникативные стратегии и сообщения для передачи целевой аудитории;
  - б) распространяет негативные слухи о конкурентах;
  - в) рассылает сообщения для прессы;
  - г) общается с политическими структурами.
6. Какая ошибка в подаче информации ПР-специалистом вызывает такую проблему, как «вялый» отклик СМИ на сообщение?
- а) информация недостоверна;
  - б) информация компрометирует конкурентов;
  - в) информация не актуальна;
  - г) специалист не компетентен в этом вопросе (сам не понимает о чём говорит).
7. Устойчивая предрасположенность, готовность индивида или группы к действию, ориентированному на социально значимый объект – это:
- а) социальное настроение;
  - б) социальное мнение;
  - в) социальная установка;
  - г) социальный институт.
8. Какую задачу выполняют выставочные материалы?
- а) дают рекомендации по использованию продукта;
  - б) помогают найти новые рынки сбыта;
  - в) выполняют роль ПР-материала;
  - г) информируют потенциальных партнёров о фирме.
9. Общая цель ПР-деятельности организации – это:
- а) продвижение фирмы и её продукции на рынке;
  - б) добавить фирме известности;
  - в) создать положительный имидж;
  - г) найти новые рынки сбыта.
10. Ведущим принципом правильных ПР-действий фирмы в случае кризиса является:
- а) никак не комментировать происходящее;
  - б) предоставлять прессе ложную информацию и пытаться скрыть настоящее положение дел;
  - в) избегать общения с прессой;
  - г) предоставлять прессе максимальное количество достоверной информации.
11. Связи с общественностью – это:
- а) технологии создания и внедрения при системах конкуренции образа объекта (товара, услуги, фирмы, бренда, личности) в ценностный ряд социальной группы, с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни;
  - б) устная, печатная и наглядная политическая деятельность, воздействующая на сознание и настроение людей с целью побудить их к политическим или другим действиям;
  - в) 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.
12. Объективный процесс, который реализуется законом единства анализа и синтеза – это:
- а) изменение;
  - б) развитие;
  - в) деградация;
  - г) улучшение.
13. Содержание социальной деятельности фирмы заключается:
- а) в активизации трудовой деятельности людей;
  - б) установлении прочных отношений с поставщиками;
  - в) интеграции социальных процессов;
  - г) выполнении функций общественного развития.
14. Основные группы действий по осуществлению ПР в социуме.
- а) достижение доброжелательного отношения общественности к учреждению с целью обеспечить его нормальное функционирование и расширение деятельности;
  - б) сохранение репутации, требующее обнаружения и отказа от тех традиций и обычаев, которые, даже будучи вполне законными, могут вступить в противоречие с общественным мнением или повредить взаимопониманию;
  - в) продуктивные внутренние отношения в учреждении – создание у сотрудников чувства ответственности и заинтересованности в делах и действиях администрации;
  - г) верны все варианты.

15. Что из перечисленного не является ПР-материалом?

- а) пресс-релиз;
- б) радиоролик;
- в) выставочный стенд;
- г) баннер.

16. Информационный повод – это:

- а) утечка значимой конфиденциальной информации;
- б) независимость от СМИ;
- в) событие, способное заинтересовать публику и при определенных условиях создать информационное сообщение;
- г) работа с мнениями самых широких слоев населения.

17. Чем новостной релиз отличается от пресс-релиза?

- а) своевременностью, содержанием всех относящихся к теме фактов и влиянием на читателя;
- б) имеет в основе построения информации своеобразную логическую пирамиду;
- в) должен быть озаглавлен, название обычно отражает суть сообщения;
- г) содержит указание основных дат.

## Тест 2.

1. Выберите определение понятия «престиж»:

- а) положительный имидж организации;
- б) искусственно формируемый образ какого-либо явления;
- в) сравнительная оценка обществом или группой и ее членами социальной значимости различных объектов, явлений;
- г) плод долгого труда специалистов по продвижению.

2. Назовите функцию престижа, которая обеспечивает возможность запроса более высокой цены на продукцию фирмы.

- а) защитная;
- б) коммерческая;
- в) ресурсная;
- г) репутационная.

3. Какой этап формирования престижа называют «золотой век»?

- а) этап формирования компании;
- б) этап утверждения компании;
- в) этап расширения компании;
- г) этап упадка компании.

4. Какое средство массовой коммуникации не входит в систему СМИ?

- а) Интернет;
- б) телевидение;
- в) пресса;
- г) радиовещание.

5. Что из предложенного не является основной задачей при коррекции престижа?

- а) достижение высокого уровня компетенции и эффективная работа с покупателем;
- б) поддержание престижа компании, добившейся успеха;
- в) установление эмоциональной связи с покупателем и обществом;
- г) закладка фундамента корпоративных отношений.

6. Выберите более точные формулировки:

- а) миф – элемент престижа;
- б) миф – инструмент создания престижа;
- в) миф – условие восприятия престижа;
- г) миф – условие управления престижем.

7. Престиж не должен быть:

- а) эффективным;
- б) целенаправленным;
- в) функциональным;
- г) противоречивым.

8. Что из предложенного относится к внутреннему престижу организации?

- а) связи со средствами массовой информации;
- б) программа поощрения сотрудников;
- в) связи с инвесторами;
- г) самоимидж покупателя.

9. Что не относится к факторам престижа?

- а) культура организации;

- б) внешний престиж;
  - в) внутренний престиж;
  - г) период развития организации.
10. Завоёвывать престиж необходимо, поскольку в противном случае вас ждёт:
- а) неприязнь и неизвестность;
  - б) ненадежность и неэффективность;
  - в) финансовые неурядицы и банкротство;
  - г) нединамичность и неприбыльность.
11. От какого греческого слова происходит слово «харизма»?
- а) благодать;
  - б) усердие, трудолюбие;
  - в) характер;
  - г) общение, посланное свыше.
12. Первое впечатление об организации является частью:
- а) внешнего престижа;
  - б) внутреннего престижа;
  - в) неосязаемого престижа;
  - г) осязаемого престижа.
13. ПР-обращение – это:
- а) активная деятельность по распространению суждений с целью оказания воздействия на широкие массы;
  - б) грамотно и стилистически правильное содержание текста, способствующее максимальному привлечению внимания общественности;
  - в) содействие продаже, сбыту, проведение мероприятий, воздействующих на конечного потребителя;
  - г) освещение актуальных вопросов и проблем, не имеющее своей целью реализации товаров, услуг.
14. Что понимается под «образом руководителя»?
- а) искусственно формируемое впечатление о нём окружающих;
  - б) позиция и положение в обществе;
  - в) поведение, стиль руководства и взаимодействие с подчиненными;
  - г) осведомленность о положении дел или о чьей-либо деятельности.
15. Престиж, понимаемый как авторитет, уважение, доверие, рассматривается относительно:
- а) личности (личный престиж);
  - б) организации;
  - в) внешнего окружения;
  - г) престиж должностного лица.
16. Многие компании связывают свой престиж:
- а) с предоставлением яркой рекламы;
  - б) проведением культурных мероприятий;
  - в) поддержкой общественных благотворительных мероприятий;
  - г) организацией управленческой деятельности.
17. Телефонный престиж компании определяется:
- а) хорошим знанием отвечающего по телефону сотрудника технологического процесса изготовления продукта;
  - б) голосом секретаря – первым голосом компании, который характеризуется приятным тембром, исключительной тактичностью, вежливыми манерами;
  - в) владением приёмами этикета в коллективной работе;
  - г) все предложенные выше варианты верны.

### Тест 3.

1. Престиж это:
- а) характеристика организации в обществе;
  - б) известность кого-либо или чего-либо, основанная на высокой оценке и уважении в обществе;
  - в) ситуация успешности организации;
  - г) основная цель компании.
2. Престиж компании развивается:
- а) через качество продуктов и услуг;
  - б) манеру и стиль, которые представлены в продуктах и услугах;
  - в) спонсорство спортивных и социальных мероприятий;
  - г) посредством всех предложенных выше вариантов.
3. На престиже фирмы могут плохо отразиться:
- а) грубое обращение с покупателями;
  - б) невнимательность к клиентам;

- в) хороший сервис;
  - г) качественная реклама.
4. Формы защиты интеллектуальной собственности:
- а) авторское право;
  - б) патент;
  - в) торговая марка;
  - г) производственный секрет;
  - д) все варианты верны.
5. К нематериальным активам компании относятся:
- а) престиж;
  - б) торговая марка;
  - в) капитал;
  - г) внешнее окружение.
6. Имидж – это:
- а) публичный образ политика;
  - б) визуальный образ компании;
  - в) образ ПР-субъекта, сформировавшийся у целевой аудитории;
  - г) целенаправленно создаваемый образ ПР-субъекта.
7. Какой метод считается наиболее эффективным для анализа текущего престижа организации?
- а) позиционирование;
  - б) контент-анализ;
  - в) социометрия;
  - г) анализ аудитории.
8. К внешней атрибутике престижа относится:
- а) характер и стиль отношений с клиентами компании;
  - б) имиджевая символика (гимн, герб, слоган);
  - в) уровень корпоративной культуры;
  - г) клиенты компании.
9. Внутренний престиж организации представляет собой:
- а) атмосферу внутри организации, отношение сотрудников к политике руководства;
  - б) ответную реакцию покупателя на обслуживание и отношение к нему сотрудников организации;
  - в) первое впечатление об организации;
  - г) общественное мнение об организации.
10. В Японии готовят руководителей на основе концепции:
- а) изучения социальных, а также международных аспектов бизнеса и менеджмента;
  - б) «обучения посредством опыта», планомерно перемещая их по разным должностям;
  - в) самоутверждения руководителей отдельных подразделений на предприятии;
  - г) непрерывного увеличения теоретических знаний.
11. Чем пресс-конференция отличается от брифинга?
- а) на пресс-конференции присутствует большее количество выступающих;
  - б) брифинг проводят чаще в государственных организациях, пресс-конференция имеет место – в организациях любой формы собственности и вида деятельности;
  - в) на брифинге, в отличие от пресс-конференции, журналисты не могут задавать вопросы;
  - г) брифинг собирают с целью передачи краткой информации, пресс-конференцию проводят, чтобы подробно осветить информационный повод.
12. Результатом работы ПР-менеджера является:
- а) увеличение качества и количества упоминаний об организации в СМИ;
  - б) изменение отношения к организации СМИ, влияющих на мнение и поведение целевых аудиторий;
  - в) изменение отношения СМИ к организации, получившее выражение в конкретных публикациях;
  - г) изменение мнения и поведения целевых аудиторий.
13. Копирайтер – это:
- а) специалист, занимающийся сбором, обработкой и анализом информации;
  - б) текстовик, пишущий рекламные обращения, слоганы, лозунги;
  - в) разработчик фирменного товарного знака;
  - г) сотрудник, осуществляющий контроль за текстовыми материалами, корректирующий текст и исправляющий ошибки и опечатки.
14. Мероприятие, в рамках которого в компанию приглашаются представители целевых аудиторий и специалисты организации рассказывают о ее деятельности – это:
- а) бизнес-конференция;
  - б) день открытых дверей;
  - в) пресс-конференция;
  - г) деловое совещание по конкретной проблеме.

15. Как называется встреча представителей компании со СМИ с целью информирования общественности по актуальным вопросам её развития?

- а) интервью;
- б) пресс-конференция;
- в) презентация;
- г) брифинг;
- д) бизнес-семинар.

16. Эффективность мероприятий, направленных на создание и поддержание престижа предприятия, подтверждается:

- а) отношением общественности;
- б) спросом на производимые продукты или услуги;
- в) многочисленными опросами общественного мнения;
- г) маркетинговыми исследованиями.

#### **Критерии оценивания:**

– оценка «**отлично**» выставляется магистранту, если при выполнении заданий тестового контроля он показывает владение методикой и организацией проведения спортивных упражнений с детьми дошкольного возраста. Студентом усвоены профессиональная терминология, он способен воспроизвести фактический материал на уровне понимания и осмысления. Количество правильных ответов более 92% (не более 2 ошибок);

– оценка «**хорошо**» выставляется магистранту, если при выполнении заданий тестового контроля количество правильных ответов более 75% (не более 4 ошибок);

– оценка «**удовлетворительно**» выставляется магистранту, если при выполнении заданий тестового контроля количество правильных ответов 55% – 74% (не более 5 ошибок);

– оценка «**неудовлетворительно**» выставляется магистранту, если при выполнении заданий тестового контроля количество правильных ответов менее 55% (более 6 ошибок).

#### **Темы рефератов и докладов**

1. Информационное обеспечение государственной политики в сфере ФКС.
2. Цифровизация спортивной сферы: проблемы и перспективы.
3. Коммуникации как потенциал «виртуальной реальности» в спортивном имидже современного российского общества.
4. Социокультурная модернизация и медиаполитика в сфере ФКС.
5. Медиаменеджмент ФКС в цифровизации социокультурного пространства.
6. Цифровые коммуникации органов управления в сфере ФКС.
7. Медиаполитика спорта высоких достижений в геополитическом аспекте.
8. Медиаполитика сферы физической культуры в глобализационном аспекте.
9. Потенциал спортивных коммуникаций в интеграции современного общества.
10. Формирование имиджа спортивной организации средствами СКТ.
11. Моделирование медиакультуры в сфере ФКС.
12. Социально-коммуникативные технологии формирования профессиональной и национальной идентичности спортсменов.
13. Имиджевые технологии и репутационный потенциал спортивной сферы, (личности, организации).
14. Репутационный потенциал личности спортсмена в киберпространстве.
15. Технологии формирования имиджа спортсмена, спортивной организации, спортивного мероприятия.
16. Информационно-коммуникативная компетентность личности спортсмена в информационном обществе.
17. Информационно-коммуникативное обеспечение массовых спортивных мероприятий.
18. Социальные сети в моделировании установок ЗОЖ и популяризации массового спорта.
19. Технологии формирования медиареальности спортивного имиджа России.
20. Блоггерство как инновационно-коммуникативная технология влияния.
21. Медиакультура формирования информационно-коммуникативного пространства ФКС.
22. Медиапространство сферы ФКС: проблемы ценностного взаимодействия субъектов.
23. Виртуализация спортивной сферы: социальные перспективы и технологии управления.
24. Медиакоммуникации в социокультурном факторе спортивного пространства.
25. Коммуникативные интернет-технологии в спортивной деятельности.

#### **Критерии оценивания:**

– «**отлично**» (20 баллов): глубокое и хорошо аргументированное обоснование темы; четкая формулировка и понимание изучаемой проблемы; широкое и правильное использование относящейся к теме литературы и

примененных аналитических методов; содержание исследования и ход защиты указывают на наличие навыков работы студента в данной области; оформление работы хорошее с наличием расширенной библиографии; защита реферата (выступление с докладом) показала высокий уровень профессиональной подготовленности студента;

– **«хорошо» (15 баллов):** аргументированное обоснование темы; четкая формулировка и понимание изучаемой проблемы; использование ограниченного, но достаточного для проведения исследования количества источников; работа основана на среднем по глубине анализе изучаемой проблемы и при этом сделано незначительное число обобщений; содержание исследования и ход защиты выступления с докладом указывают на наличие практических навыков работы студента в данной области; доклад хорошо оформлен с наличием необходимой библиографии; ход защиты выступления с докладом показал достаточную научную и профессиональную подготовку студента;

– **«удовлетворительно» (10 баллов):** достаточное обоснование выбранной темы, но отсутствует глубокое понимание рассматриваемой проблемы; в библиографии преобладают ссылки на стандартные литературные источники; труды, необходимые для всестороннего изучения проблемы, использованы в ограниченном объеме; заметна нехватка компетентности студента в данной области знаний; оформление доклада содержит небрежности; защита выступления с докладом показала удовлетворительную профессиональную подготовку студента;

– **«неудовлетворительно» (5 баллов):** тема доклада представлена в общем виде; ограниченное число использованных литературных источников; шаблонное изложение материала; суждения по исследуемой проблеме не всегда компетентны; неточности и неверные выводы по рассматриваемой литературе; оформление доклада с элементами заметных отступлений от общих требований; во время выступления с докладом студентом проявлена ограниченная профессиональная эрудиция.

### **3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения обучающихся до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме зачета.

Зачет является формой проверки усвоения учебного материала практических и лекционных занятий.

Зачет проводится по расписанию экзаменационной сессии в устном виде. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в зачетную ведомость и зачетную книжку обучающегося. Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Обучающиеся, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены:

- лекции,
- практические занятия:
- самостоятельная работа.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность магистранта.

В ходе конспектирования не следует записывать дословно всю лекцию. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять, оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов общераспространенных слов и выражений. Специфичные термины и их сокращения будут акцентированы преподавателем дополнительно.

Работа над конспектом лекции не заканчивается в лекционной аудитории, а продолжается магистрантом дома, при этом обучающийся повторно просматривает лекционный материал, знакомится с рекомендованной литературой, особенно нормативно-правовыми актами и методиками государственной кадастровой оценки, делает себе пометки в тексте лекции, или продолжает конспект.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом. От магистранта требуется обязательное посещение учебных занятий по данной дисциплине. В ходе лекционных и практических занятий магистрант должен стремиться к повышению уровня знаний, компетенций в области теории и методики физической культуры. В ходе изучения практического раздела дисциплины магистрант должен самостоятельно изучать и готовиться к обсуждению вопросов, которые предлагаются преподавателем. На учебных занятиях принимать активное участие в обсуждении изучаемой темы.

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по дисциплине.

Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

- организационный;
- закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе магистрант планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно

рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы магистрант должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом магистрант может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам.

На лекционных и практических занятиях магистранты ведут конспект. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В заключение преподаватель подводит итоги практического занятия. При подготовке к практическим занятиям необходимо выполнять все задания, которые дает преподаватель, разрабатывать презентации, ответы на вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем магистрант должен готовить реферат или доклады или сообщения по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям магистрант может обращаться к преподавателю за консультацией по вопросам, изучаемым на теоретических и практических занятиях.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены магистрантами в ходе самостоятельной работы.

С целью контроля успеваемости магистрантов преподаватель осуществляет устный или письменный (в форме тестов) опрос.

Самостоятельная работа магистрантов предусматривает изучение дополнительной специальной литературы, а также литературы, методических материалов по рекомендациям преподавателя. В ходе самостоятельной работы каждый магистрант обязан стремиться самостоятельно повышать свой теоретический уровень знаний путем написания рефератов, конспектов и т.д.

Также магистрант обязан восстановить конспекты пропущенных лекций и материалы практических занятий и отчитаться перед преподавателем.

В случае отсутствия необходимых для изучения теоретических и методических материалов студент должен воспользоваться библиотечным фондом или электронной библиотекой вуза.

### **Методические рекомендации по выполнению реферата**

При написании реферата необходимо выбрать тему из списка, разработанного преподавателем. Реферат должен состоять из следующих разделов: содержания, введения, двух или трех глав, выводов, заключения, списка использованной литературы, приложения. Не допускается использование готовых текстов или разделов учебных пособий, так как они хорошо известны и поэтому не могут быть допущены к защите как самостоятельная работа студента.

Объем реферата до 30 страниц машинописного текста.

**Во введении** дается обоснование актуальности выбранной темы, задачи, практическая значимость. Объем введения около 5-7 страниц.

**Первая глава** должна носить теоретико-методологический характер. Здесь можно дать краткий обзор соответствующей литературы по проблеме объемом 14-18 страниц.

**Содержание следующих разделов** носит методический и практический характер. По тексту необходимо делать ссылки на используемую литературу.

**В заключении** содержатся выводы, авторское отношение к изучаемой проблеме.

**Примерный объем заключения** 2-3 страницы. После заключения дается список использованных источников, относящихся к теме работы. В приложении находятся варианты методических рекомендаций, методик, комплексов, иные материалы.

Реферат оформляется в печатном виде на стандартных листах писчей бумаги в формате А4 с соблюдением следующих требований: шрифт – Times New Roman, размер - 14, междустрочный интервал - полуторный, выравнивание текста на странице – по ширине. Работа печатается на одной стороне листа формата А 4 со следующими полями: левое – 30 мм, верхнее, нижнее – 20 мм, правое – 10 мм. Рекомендуемый объем реферата составляет 25 – 30 страниц печатного текста. Нумерация страниц – снизу, по центру. В конце реферата прилагается список использованной литературы, оформленный в соответствии с требованиями библиографии.

### **Методические указания по написанию, требования к оформлению презентации.**

Цель выполнения презентации – самостоятельное глубокое изучение и анализ конкретных вопросов по изучаемой дисциплине. Презентация – это самостоятельное творческое исследование магистрантом конкретного вопроса, она должна носить целостный и законченный характер. Автор должен показать умение разбираться в проблеме, систематизировать научные знания, применять теоретические знания на практике.