АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Имиджелогия в спорте

Автор:
Преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций Мореев Д.О.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
«Филология и перевод» (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать способность (под контролем) решать конкретные управленческие задачи в сфере современной спортивной индустрии

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Спортивный имидж государства. Различные аспекты формирования имиджа спорта в стране	Спортивный имидж государства как составная часть его комплексного имиджа. Спортивный имидж страны как экономический фактор. Формирование спортивного имиджа страны посредством проведения крупных международных соревнований, спорта высших достижений и развития массового спорта. Профессиональный, коммуникативный, социологический, психологический, физиологический, педагогический и политологический аспекты проблемы имиджа в спорте. Влияние допинговых скандалов на спортивный имидж
Тема 2	Спортивный имидж	Спортивный имидж как высший уровень анализа имиджа в спорте (по Г.В. Ложкину). Формы проявления спортивного имиджа: общественное мнение, информация в СМИ, выступления «значимых» персон. Факторы, оказывающие влияние на формирование спортивного имиджа: государственные программы, финансирование, СМИ, деятельность крупных клубов, активность выдающихся спортсменов и известных болельщиков. Существующие проблемы: политические, финансовые, расовые, национальные. Историческая, духовная, культурная, экономическая и политическая составляющие спортивного имиджа. Ценностные и технологические
Тема 3	Имидж спортивной команды	Примерные составляющие структуры имиджа спортивной команды: команда (и отдельно взятые спортсмены), тренеры, менеджмент организации в целом, менеджмент команды, «неспортивный» персонал команды, взаимодействие с болельщиками, взаимодействие с фанатскими группировками, взаимодействия с партнерами команды и спонсорами, контакты со СМИ и властными органами на разных уровнях. Внутренняя и внешняя репутация спортивной команды. Влияние имиджа спортивной команды на процесс ее жизнедеятельности. Личностная и событийная (процессная) составляющие формирования имиджа спортивной команды по всем направлениям. Этапы формирования имиджа спортивной команды:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 4	Имидж тренера	Субъективные и объективно-субъективные факторы формирования имиджа тренера. Трехкомпонентная структурная модель имиджа тренера (по Т.Н. Бушуевой). Личностный компонент: внешние данные, авторитет, интеллект, волевые качества, коммуникативные качества, нравственность. Поведенческий компонент: поведение в тренировочной деятельности, поведение в соревновательной деятельности, лидерское поведение вообще. Компонент отношений: отношение к спорту, отношение к себе, отношение к коллегам, отношение к спортсменам, отношение к болельщикам.
Тема 5	Имидж спортсмена	Факторы, оказывающие влияние на формирование имиджа спортсмена: профессионализм и компетентность, нравственные качества, образованность, психологический тип, популярность вида спорта, участие в мероприятиях с большой аудиторией, репутация и информационный фон, благотворительная и общественная деятельность, авторитет и уровень спонсоров, имя и квалификация тренера. Факторы, оказывающие позитивное и негативное влияние на имидж спортсмена. Структура потока информации, оказывающая влияние на формирование имиджа спортсмена. Модели поведения, обуславливающие имидж спортсмена. Отличия формирования имиджа спортсмена в России и за рубежом. Технологии создания и примерный алгоритм формирования имиджа спортсмена. Имидж спортсмена и возможности спортивной журналистики. Влияние имиджа

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA - 15.3	на уровне знаний: накоплены базовые знания о роли и значении имиджа в спорте; сформированы представления об основных составляющих спортивной имиджелогии – спортивном имидже, имидже спортивной команды, имидже тренера и имидже спортсмена, а также о различных аспектах формирования имиджа; изучены основные факторы, оказывающие влияние на формирование и развитие имиджа в спорте.
	на уровне умений: выбирать оптимальную стратегию развития имиджа спортсмена или команды в зависимости от мониторинга текущей ситуации; использовать приемы и средства, позволяющие сформировать позитивный имидж спортсмена или команды; анализировать разнообразные способы построения имиджа ведущих спортсменов, тренеров и спортивных команд и делать выводы на основании анализа материалов.
	на уровне навыков: сформированы навыки построения позитивного имиджа спортсмена, тренера или спортивной команды.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий семинарского типа:

Контроль посещаемости, опрос, диспут, тестирование и контрольные задания

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

Опрос, диспут, реферат.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (опросы, практические и контрольные задания, прочее) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Промежуточная аттестация:

Устный зачет с оценкой, состоящий из ответов на вопросы.

Основная литература:

1. Беленко В.Е. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Е. Беленко, М.П. Беленко. Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 140 с. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/44920.html

2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова. М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 264 с. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/57073.html