**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА В РАМКАХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

**Наименование дисциплины (модуля)**

**Бакалавриат**

**Уровень высшего образования**

**38.03.02 «Менеджмент»**

**Направление подготовки (специальность)**

**Вариативная**

**Направленность (профиль) ОПОП**

**Очная**

**Форма обучения**

**Место дисциплины в структуре ОПОП ВО** относится к базовой части ОПОП.

**Результаты обучения по дисциплине** соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников**:**частичное формированиекомпетенций. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

* общеполитические компетенции:

- владение политической культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

- владение политической терминологией;

-понимание актуальной политической ситуации;

- способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, способность изменять при необходимости профиль своей деятельности, способность к социальной адаптации (ОК-6);

- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

- способность анализировать политическую ситуацию, социально-значимые проблемы и процессы (ОК-10);

- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества, владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации (ОК-14);

* политико-коммуникационные компетенции:

- способность понимать принципы формирования политического имиджа, роль политического имиджа при принятии управленческих, государственных решений;

- понимание роли спорта в формировании политического имиджа организации, региона, страны;

* профессиональные компетенции:

- способность понимать принципы организации государственного управления в сфере спорта, роль человека в политической организации общества (ПК-5);

- способность понимать, критически анализировать и использовать базовую историческую и политическую информацию (ПК-6);

- способность к критическому восприятию концепций общественно-политического развития, связи политики и спортав России и в мире(ПК-7);

- способность к работе в архивах, библиотеках, владение навыками поиска необходимой информации в электронных каталогах и в сетевых ресурсах (ПК-9);

- способность к составлению обзоров, аннотаций, рефератов и библиографии по тематике проводимых исследований (ПК-10);

- способность к работе с информацией для принятия решений органами государственного управления, местного, регионального и республиканского самоуправления (ПК-12);

- способность к работе с базами данных и информационными системами (ПК-13);

- способность к разработке информационного обеспечения аспектов, связанных с геополитическим позиционированием страны на международной арене посредством спорта, а также в тематике деятельности спортивных организаций (ПК-14);

- способность к работе с информацией для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных, политических и государственных организаций, средств массовой информации (ПК-15).

**Объем дисциплины составляет:** 3 з.е., в том числе 60 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 48 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

Форма промежуточной аттестации –дифференцированный зачет

**Основная литература:**

1. Конституция Российской Федерации: принята Всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. – М.: Проспект, 2018. – 59 с.
2. Федеральный законФедеральный закон от 04.12.2007 №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации».
3. Олимпийская хартия Электронный ресурс. Официальный сайт Олимпийского комитета России – Режим доступа:<http://olympic.ru/upload/2019/02/charter_09_10_2018-russkaya-versiya.pdf>
4. Базылева Я. PR и спорт: грани взаимодействия // Медиастиль. - Новгород, 2015. - 160с.
5. Боголюбова Н.М., Николаева Ю.В., Боголюбов М.А. Гуманитарное сотрудничество в спорте на пространстве СНГ как фактор интеграции // Управленческое консультирование. 2016. - № 4 (88). - 305с.
6. Бродская Н.П. Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны // Национальные интересы и имидж России. - М.: 2006. - 130с.
7. Быховская И.М. Спорт в современном мире: социокультурный анализ и социальная практика // Культурология: фундаментальные основания прикладных исследований. - М.: Смысл, 2011. - 640с.
8. Гришенко А.В. Организационные, экономические и правовые аспекты организации XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в г. Казани/А.В. Грищенко//Некоммерческие организации в России. 2013. - №3. Электронный ресурс. – Режим доступа: http://dis.ru/library/665/31341/.
9. Жохова Д.В. Политика и спорт на мировой арене / Д.В.Жохова, С.К.Набиева // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2015. - № 6-3. –406 с.
10. Киуру К.В. Типология информационных поводов в спортивной журналистике // Вестник Челябинского государственного университета. 2012, - №5 (259). - 450с.
11. Коршунов С.С. Влияние спортивных событий на имидж России на международной арене // FiloAriadne. 2017. - № 2(6). – 350 с.
12. Котляров М.А. Мегаспортивные мероприятия и развитие территорий (работы зарубежных авторов) [Текст]: [науч. изд.] / сост. и пер. с англ. М. А. Котляров: [предисл.Л. А. Рапопорта]. Екатеринбург: АМБ, 2015. – Ч. 1. –320 с.
13. Кузьменко С.Н. Освещение олимпийского движения в средствах массовой информации: автореф. дис. канд. филол. наук. М.: 2007. - 345с.
14. Леднев В.А. «Спорт как новый и особый объект маркетинга» // Прикладной маркетинг. – 2014, - № 4. - 150с.
15. Леднев В.А. «Формирование и развитие индустрии спорта как новой и особой сферы экономических отношений» // Современная экономика. Приложение к журналу «Экономические науки». – 2013, - № 1. - 140с.
16. Ливцов В.А., ПожидаевА.С. Эволюция понятия «патриотизм»: через прошлое к будущему // Свободная мысль. - 2016. - № 6 (1660). –210 с.
17. Лосевская Е.Н. Роль «Новых медиа» в информационной кампании «Сочи-2014» [Текст] / Е. Н. Лосевская // Журн. социологии и социальной антропологии. – СПб., 2013. – № 5. – 280 с.
18. Малеев А.А. Государственная политика в сфере спорта как инструмент обеспечения культурной безопасности: международная составляющая // Мировая политика. 2017. - № 2. –95 с.
19. Муртазина Г.Х. Связи с общественностью в физической культуре, рекреации и спорте: Учебно-методическое пособие. СПб.:б.и., 2012. - 504 с.
20. Назайкин А. Медиарилейшнз на 100%. Искусство взаимодействия с прессой / А. Назайкин. М: Альпина Паблишер, 2012. –190с.
21. Назаров M.M. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2011. –566с.
22. Невская Т.А. Олимпийское движение и имидж России / Т.А. Невская // Научно-аналитический журнал Обозреватель - Observer. - 2016. - № 11. –270 с.
23. Нефедова И. Я и мой имидж / И. Нефедова, Е. Власова. М.: 2014. –235с.
24. Панасюк, А. Ю. Имидж: определение центрального понятия имиджелогии / А. Ю. Панасюк. Электронный ресурс. Режим доступа:  http://works.tarefer.rU/74/100357/index.html, свободный.
25. Передерий В.И. Влияние международных спортивных мероприятий на формирование политического имиджа России на современном этапе // Студенческий форум: электрон. научн. журн. 2019. № 10(61). Электронный ресурс. Режим доступа:  URL: https://nauchforum.ru/journal/stud/61/48663, свободный.
26. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа. М.: Аспект-Пресс, 2012. – 320 с.
27. Петренко А.И. Россия и современный мир: «мягкая сила» как неотъемлемый элемент современной внешней политики / А.И.Петренко // Российская государственность в XXI веке: модели и перспективы социально-политического развития: материалы научно-практической конференции. - 2017. – 290 с.
28. Петушкова Е.В. Новое мышление и новые аспекты роли спорта в борьбе за мир // Спорт и перестройка: сборник научных трудов. М.: 2008. –306 с.
29. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов /А. И. Соловьев. — М.: Аспект Пресс, 2006. — 559 с.
30. Политические коммуникации: учебное пособие/ (Петрунин Ю.Ю. и др.); под ред. А.И.Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004
31. Презуменщиков М.Ю. Большой спорт и большая политика. М.:«РОССПЭН», 2004.- 402 с.
32. Соловьев А. И. Дискурсы и пракисисы: может ли идеология помочь в управлении государством // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). — 2018. — № 1. — С. 7–29.
33. Спорт как важная составляющая политического имиджа государства. Вестник Поволжского института управления. 2018. - Том 18. - № 4, - 111с.
34. Суворова И.С. Государственная политика как инструмент формирования имиджа страны // Государственное управление. Электронныйвестник. 2013. - № 40. –200 с.
35. Усачева А. Создание имиджа спортсмена. Электронный ресурс. Режим доступа:  http://www.taby27.ru/studentam\_aspirantam/image\_wse/imidzhelogija\_sdacha\_rabot/506.html, свободный.
36. Фадеева Е.И. Тайна имиджа. М.: Европейский гуманитарный университет, 2012. – 102 с.
37. ФилоновВ.И., Юдина А.В. Политический фактор в сфере большого спорта: теоретико-методологические аспекты // Вестник Поволжского института управления. 2018. - Т. 18, - №1. –238 с.
38. Цитович Н. Ресурсы построения имиджа организации / Н. Цитович // Корпоративная культура, 2013. - № 4. – 310 с.
39. Щепинов А.О. Политический потенциал спорта в современной России // Среднерусский вестник общественных наук. 2010. - № 3. –196 с.

**Автор программы: Ярина Мария Сергеевна, преподаватель.**