

**УДК - 659:796**

**ББК - 75**

**Н 33**

**Н 33**      Натарова, О. В. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие для бакалавров вузов физической культуры / О. В. Натарова, А. В. Наумова ; Московская государственная академия физической культуры. – Малаховка, 2020. – 68 с.

**ISBN 978-5-00063-048-8**

Учебное пособие содержит учебный материал, способствующий освоению учебной дисциплины: «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта». Содержание учебного пособия направлено на формирование компетенций, соответствующих требованиям федерального образовательного стандарта третьего поколения высшего образования у бакалавров по направлениям подготовки: 49.03.01 «Физическая культура», 49.03.04 «Спорт».

Учебное пособие способствует освоению системы знаний, используемых в области современных технологий связей с общественностью по пропаганде физической культуры и спорта. Освещены различные аспекты организации и проведения работы по связям с общественностью в современном обществе, что помогает подготовить бакалавра в области физической культуры и спорта к решению практических коммуникационных задач в профессиональной деятельности.

Учебное пособие предназначено для студентов вузов физической культуры, обучающихся по направлениям подготовки бакалавров. 49.03.01 «Физическая культура», 49.03.04 «Спорт».

**УДК - 659:796**

**ББК - 75**

*Утверждено учебно-методической комиссией ФГБОУ ВО МГАФК  
в качестве учебного пособия*

**ISBN 978-5-00063-048-8**

© О. В. Натарова, А. В. Наумова, 2020

© ФГБОУ ВО «Московская государственная академия физической культуры», 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение.....</b>	<b>5</b>
<b>Глава I. Связи с общественностью в современном обществе.....</b>	<b>6</b>
1.1. Понятие «связи с общественностью».....	6
1.2. Подходы к пониманию и задачи PR, модели PR практики.....	7
1.3. Типология СМИ.....	9
1.4. Виды деятельности и составляющие PR.....	10
<b>Глава II. Пропаганда как социально-психологическое явление. Пропаганда здорового образа жизни.....</b>	<b>15</b>
2.1. Общая характеристика пропаганды.....	15
2.2. Цели пропаганды.....	16
2.3. Виды пропаганды и механизмы и методы воздействия средств массовой коммуникации.....	17
2.4. Пропаганда здорового образа жизни.....	20
<b>Глава III. Социально-психологические технологии в связях с общественностью.....</b>	<b>23</b>
3.1. Особенности обмена информацией в коммуникативном процессе.....	23
3.2. Вербальная коммуникация.....	26
3.3. Невербальная коммуникация.....	31
3.4. Коммуникативная компетентность.....	33
<b>Глава IV. PR-документы.....</b>	<b>36</b>
4.1. Базовые PR-документы в отношениях со средствами массовой информации.....	36
4.2. Технология написания пресс-релиза.....	39
4.3. Базовые PR-документы при общении с партнерами и клиентами и корпоративные PR-документы компании.....	41

<b>Глава V. Инструменты PR-деятельности.....</b>	<b>44</b>
5.1. Подготовка и проведение пресс-конференции.....	44
5.2. Требования к написанию анонса пресс-конференции.....	47
5.3. Организация и проведение пресс-тура.....	47
5.4. Подготовка и проведение презентации.....	48
<b>Глава VI. Этапы планирования и проведения PR-кампаний...</b>	<b>51</b>
6.1. Исследования, как первоначальный этап PR-кампании.....	51
6.2. Подготовительный этап планирования PR-кампании...	53
6.3. Планирование бюджета PR-компаний.....	55
6.4. Медиапланирование.....	55
6.5. Этап реализации PR-кампаний.....	56
6.6. Заключительный этап проведения PR-кампаний.....	58
<b>Список рекомендованной литературы.....</b>	<b>62</b>
<b>Перечень вопросов для промежуточной аттестации.....</b>	<b>64</b>