

**Особенности пиар-коммуникации в студенческом спорте (на примере сборной факультета журналистики МГУ по футболу)**

**Бизюкин Даниил Петрович**

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

политологии, Москва, Россия

*E-mail: daniilbizyukin@gmail.com*

**Особенности пиар-коммуникации в студенческом спорте (на примере сборной факультета журналистики МГУ по футболу)**

Спорт - неотъемлемая часть университетской жизни. В последние годы спортивная инфраструктура в университетах стремительно развивается, однако интерес большинства студентов к спортивным мероприятиям все еще оставляет желать лучшего. Поэтому возникает необходимость в грамотном promotion студенческих команд. Любопытным опытом в этой сфере обладает сборная факультета журналистики по футболу, деятельность которой по привлечению интереса к себе и спортивным мероприятиям университета будет подвержена нами тщательному анализу. Наиболее подробно будет изучена официальная страница сборной журфака в социальной сети «В контакте», являющаяся главной площадкой для осуществления пиар-коммуникаций команды с аудиторией. В ходе предварительного исследования мы выявили основные цели, которые преследует сборная факультета журналистики, осуществляя различные пиар-коммуникации:

1. Привлечение болельщиков на соревнования. Создаются различные инфоповоды, публикации, показывающие, что болеть за родную команду - здорово и весело.
2. Привлечение новых игроков в команду и футбольную секцию. Создаётся образ футболиста сборной - это сильный, умный, весёлый, интеллигентный и харизматичный юноша. Званию игрока факультетской команды придаётся определённая престижность.
3. Привлечение внимания к команде со стороны других факультетов. Создаются различные публикации, так или иначе затрагивающие другие команды (различные превью, трештокинг), что способствует ещё большему интересу к команде.
4. Привлечение внимания к сборной со стороны руководства факультета. Создание различных мероприятий с участием ведущих преподавателей университета.

В работе будут тщательно проанализированы методы и инструменты коммуникации для осуществления поставленных выше целей, а также будет дана оценка такой коммуникации.

**Слова благодарности**

Спасибо Татьяне Эдуардовне Гринберг за предоставленную возможность участвовать в конференции на родном факультете!