Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС
(наименование института (факультета))
Кафедра государственного управления и менеджмента
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНО
И.о. директора Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС

Лебедева Екатерина Александровна
Подписано цифровой подписью: Лебедева Екатерина Александровна
Дата: 2025.05.05 16:32:08 +03'00'

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Менеджмент в спортивной индустрии»
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ, реализуемой с применением электронного (онлайн) курса

Б1.В.ДВ.04.02 РЕКЛАМА И PR В СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ
(индекс и наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки)
заочная
(форма обучения)

Год набора – 2025

Нижний Новгород, 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы....4

2. Объем и место дисциплины в структуре оп во....5

3. Содержание и структура дисциплины....5

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся....6

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине....9

6. Методические материалы по освоению дисциплины....11

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет....13

7.1. Основная литература....13

7.2. Дополнительная литература....13

7 .3. Нормативные правовые документы....13

7.4. Интернет-ресурсы....14

7.5. Иные источники....14

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....15

Авторы-составители:

Доцент кафедры государственного управления и менеджмента, канд.пед.наук, доцент *(ученая степень и(или) ученое звание, должность, наименование кафедры)*	Т.Е. Лебедева *(Ф.И.О.)*
Заведующий кафедрой государственного управления и менеджмента, канд.экон.наук, доцент *(ученая степень и(или) ученое звание, должность, наименование кафедры)*	В.В. Авдонькина *(Ф.И.О.)*

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 Реклама и PR в спортивной индустрии одобрена на заседании кафедры государственного управления и менеджмента.

Протокол от 20 февраля 2025 г. № 6.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 Реклама и PR в спортивной индустрии обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-3	Способен управлять реализацией кадровой политики, ресурсным и информационным обеспечением спортивной организации	ПКс-3.1	Способен осуществлять управление ресурсами для осуществления комплексной деятельности спортивной организации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения
ОТФ А Организация и развитие структурного подразделения *ТФ/ профессиональные действия* А/05.6 Управление структурным подразделением по информационному обеспечению физкультурно-оздоровительной, физкультурно-спортивной деятельности ТД: Формирование и согласование информационной и коммуникационной политики физкультурно-оздоровительной, физкультурно-спортивной деятельности в организации Составление и согласование планов информационного обеспечения и коммуникаций Составление графиков мероприятий по информационному обеспечению и коммуникациям и контроль их исполнения Согласование информационных релизов, рекламного контента Подготовка предложений по развитию информационного обеспечения и рекламным мероприятиям ОФТ В Организация и развитие коммерческих, некоммерческих клубов, организаций, обществ и объединений *ТФ/ профессиональные действия* В/03.6 Управление реализацией кадровой политики, ресурсным и информационным обеспечением клуба, или организации, или общества, или объединения ТД Привлечение спонсоров для организации и проведения физкультурно-оздоровительной, физкультурно-массовой, тренировочной и соревновательной деятельности Организация работы сайта, информационного портала клуба, или организации, или общества, или объединения Управление информацией для размещения на сайте, портале клуба, или организации, или общества, или объединения Проведение мониторинга результатов деятельности клуба, или организации, или общества, или объединения	ПКс-3.1	на уровне знаний: • знание основных подходов к формированию рекламных стратегий в индустрии спорта • знание методологии организации и проведения научных исследований; на уровне умений: • организовывать, проводить и оценивать результаты рекламных и PR преобразований; на уровне навыков: • навыки применения методов экономического анализа поведения агентов и оценки состояния маркетинговой среды спортивной организации.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Реклама и PR в спортивной индустрии» входит в раздел дисциплин по выбору в части, формируемой участниками образовательных отношений и в соответствии с учебным планом осваивается на 2 курсе. Общая трудоемкость дисциплины (модуля) в зачетных единицах – 3 (108 академических часов /72 астрономических часа).

Освоение дисциплины опирается на объем теоретических знаний в области теории организации, современного стратегического анализа и маркетинга в спортивной индустрии.

Дисциплина реализуется после изучения:

Б1.В.03 Маркетинг спортивной индустрии.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; форма (ы) промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом:

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Всего
Заочная форма обучения		
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		*16*
лекционного типа (Л)		*4*
практического (семинарского) типа (ПЗ)		*12*
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		88
Промежуточная аттестация	форма	*Зачет*
	час.	*4*
	Общая трудоемкость (час. / з.е.)	*108/3*

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Заочная форма обучения								
Тема 1	Отличительные особенности рекламы и PR в спортивной индустрии	23	1		2		20	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 2	Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в индустрии спорта	23	1		2		20	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 3	Интеграция PR с другими элементами комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в спорте	25	1		4		20	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 4	Оценка эффективности рекламных и PR-	33	1		4		28	Дискуссия, заслушивание

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
	кампаний							докладов, решение практических заданий
Промежуточная аттестация		4						зачет
Всего (в з.е./акад.часах/астр.часах):		**3/108/81**	**4/3**		**12/9**		**88/66**	**4/3**

Примечание:
** – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;*

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Отличительные особенности рекламы и PR в спортивной индустрии

Современный спорт как основа для PR-деятельности. Социальные и коммерческие составляющие спорта. Роль рекламы и PR в современном спорте.

Нормативно-правовые акты, регулирующие рекламную и PR-деятельность в современном спорте

Тема 2. Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в индустрии спорта

Инструментарий PR-деятельности в современном спорте. Контактные аудитории. PR-акции и реклама коммерческих и некоммерческих спортивных событий.

Процесс планирования спортивного PR: анализ ситуации, определение целей, аудиторий, выбор каналов коммуникации, бюджет, реализация и контроль. Особенности рекламных носителей в индустрии спорта. Методика написания пресс-релизов.

Тема 3. Интеграция PR с другими элементами комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в спорте

PR, реклама, продвижение, имидж, как разные грани единого целого. Процесс формирования имиджа. Специальные мероприятия. Спонсорство и работа со СМИ. Сувенирная продукция в индустрии спорта. Нематериальные активы компании. Аудитории и заинтересованные стороны.

Тема 4. Оценка эффективности рекламных и PR-кампаний

Социальные и экономические критерии эффективности проведения рекламных и PR-мероприятий. Методики определения эффективности рекламных и PR мероприятий. Поддержка рекламных акций СМИ. Экономическая эффективность рекламной деятельности.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 «Реклама и PR в спортивной индустрии» используются следующие ***методы текущего контроля успеваемости*** обучающихся:

Таблица 4

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Отличительные особенности рекламы и PR в спортивной индустрии	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий
Тема 2. Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в индустрии спорта	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий
Тема 3. Интеграция PR с другими элементами комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в спорте	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий
Тема 4. Оценка эффективности рекламных и PR-кампаний	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 1.

Вопросы семинарского занятия:

1. Перечислите отличительные особенности PR- деятельности в спорте.
2. Перечислите социальные и коммерческие составляющие спорта, используемые в рекламной PR деятельности.
3. Разъясните общие и специфические функции рекламной и PR- деятельности в спорте.
4. Перечислите особенности рекламы в сфере спорта.
5. Какими основными нормативно-правовыми актами регламентируется PR-деятельность и реклама в спорте в России?

Темы дискуссий и докладов

1. Спорт – социальный или коммерческий продукт? Аргументы «ЗА» и «ПРОТИВ».
2. Успешные спортивные PR-проекты современной России.
3. Отличительные особенности рекламной и PR деятельности при проведении соревнований для детей и подростков.

Задания

1. Проанализируйте PR-кампании наиболее значимых спортивных событий, произошедших в России за последние 5 лет.
2. Выявите и опишите отличительные особенности и признаки исследуемых PR-кампаний.
3. Проанализируйте рекламные кампании наиболее значимых спортивных событий, произошедших в России за последние 5 лет.
4. Выявите и опишите отличительные особенности и признаки исследуемых рекламных кампаний.
5. Проанализируйте деятельность спортивной федерации по проведению рекламных и PR-мероприятий на примере конкретного вида спорта.

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 2.

Вопросы семинарского занятия:

1. Расскажите алгоритм проведения рекламной компании.
2. Перечислите основные инструменты PR-деятельности.
3. Назовите основные принципы разработки рекламной кампании
4. Опишите процесс формирования рекламного бюджета
5. Перечислите отличительные особенности проведения рекламных мероприятий коммерческих и некоммерческих спортивных событий.

Темы дискуссий и докладов

1. Рекламная кампания «Sochi 2014».
2. Лучшие PR кампании десятилетия в индустрии спорта.

3. Международный опыт проведения PR кампаний в индустрии спорта.

Задания:

1. Проанализируйте рекламную компанию на конкретном примере из сферы индустрии спорта.

2. Проведите анализ PR инструментария на конкретном примере из сферы индустрии спорта.

3. Проанализируйте рекламные бюджеты спортивной организации за несколько лет.

4. Составьте бюджет рекламной акции в рамках конкретного спортивного события.

5. Напишите пресс-релиз для конкретного спортивного события, например Спартакиады студентов и преподавателей ВУЗа.

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 3.

Вопросы семинарского занятия:

1. Назовите отличительные особенности специальных мероприятий в индустрии спорта

2. Перечислите и опишите виды спонсорских пакетов

3. Раскройте основные требования к процессу формирования имиджа.

4. Функции и задачи пресс-центров

5. Назовите основных участников PR-кампаний в индустрии спорта.

Темы дискуссий и докладов

1. Лучший имидж спортсмена в России (на конкретном примере).

2. Телевизионные шоу, такие как «Ледниковый период», «Звезды на льду», как пример продвижения фигурного катания на коньках. (возможно рассмотрение данной темы на примере других видов спорта).

3. Нестандартные подходы к формированию набора сувенирной продукции.

Задания:

1. Проведите анализ спонсорских пакетов разного уровня в рамках одного конкретного спортивного события.

2. Проанализируйте имидж конкретного спортсмена (или спортивной организации).

3. Проанализируйте рекламные материалы, размещенные в рамках одного

4. спортивного события.

5. Проанализируйте имидж разных спортсмен или клубов в рамках одного вида

6. спорта.

7. Проанализируйте деятельность Фан-клубов в рамках одного вида спорта.

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 4.

Вопросы семинарского занятия:

1. Назовите социальные критерии эффективности проведения рекламных кампаний в индустрии спорта.

2. Перечислите экономические критерии эффективности проведения рекламных кампаний в сфере спортивной индустрии

3. Какие способы определения эффективности рекламной кампании вам известны?

4. Перечислите способы повышения эффективности рекламных и PR-кампаний

5. Назовите особенности телевизионной съемки спортивного события в целях повышения эффективности рекламной кампании.

Темы дискуссий и докладов

1. Инновационные подходы по повышению эффективности рекламных кампаний в индустрии

спорта.

2. Самые эффективные рекламные кампании в российском спорте.

3. Самые эффективные PR-кампании российских спортсменов (спортивных клубов).

Задания:

1. Проведите анализ эффективности рекламной кампании спортивного события на конкретном примере.

2. Проанализируйте динамику эффективности PR-кампаний по продвижению конкретного спортсмена или клуба.

3. Сопоставьте PR-мероприятия по позиционированию различных клубов в рамках одного вида спорта.

4. Предложите перечень мероприятий по повышению привлекательности спортивных секций (спортивного клуба) ВУЗа.

5. Оцените эффективность деятельности конкретной спортивной федерации по позиционированию данного вида спорта.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): проведение устного зачета, включающего теоретическую часть и практико-ориентированное задание, требующее демонстрации уровня владения умениями/навыками.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 5

Код компонента освоения компетенции	Компонент освоения компетенции	Код промежуточного индикатора освоения компетенции	Промежуточный индикатор освоения компетенции	Критерий оценивания
ПКс-3.1	Способен осуществлять управление ресурсами для осуществления комплексной деятельности спортивной организации	ИПКс-3.1	Владеет навыками управленческой деятельности в области физической культуры и спорта	Применяет полученные результаты в управленческой деятельности физкультурно-спортивной организации

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету:

1. Отличительные особенности PR- деятельности в спорте.
2. Социальные и коммерческие составляющие спорта, используемые в рекламной PR деятельности.
3. Общие и специфические функции рекламной и PR- деятельности в спорте.
4. Нормативно-правовая база рекламной деятельности в спорте в России.
5. Алгоритм проведения рекламной компании.
6. Основные инструменты PR-деятельности.
7. Основные принципы разработки рекламной кампании в спорте
8. Основные рекламные носители в спорте.
9. Процесс формирования рекламного бюджета
10. Основные виды спонсорских пакетов
11. Процесс формирования спонсорского пакета и определение его стоимости.
12. Особенности продажи рекламного пространства спортивного события.
13. Основные требования к процессу формирования имиджа спортсмена (спортивной организации).
14. Функции и задачи пресс-центров.

15. Социально-экономические критерии эффективности проведения рекламных кампаний в индустрии спорта.

16. Основные способы определения эффективности рекламной кампании.

17. Международный опыт проведения рекламных кампаний в спорте.

18. Основные способы повышения эффективности рекламных и PR-кампаний в спорте.

19. Особенности телевизионной съемки спортивного события в целях повышения эффективности рекламной кампании.

20. Международный опыт PR-деятельности в спорте.

Практико-ориентированные (практические) задания к зачету:

ПКс-3.1 Способен осуществлять управление ресурсами для осуществления комплексной деятельности спортивной организации

Задание 1.

Известно, что ведущие позиции в современной индустрии профессионального спорта занимают США. Профессиональные североамериканские спортивные лиги, такие как NFL, NBA, NHL, MLB, MLS и т.д. являются не только коммерчески прибыльными для их устроителей, но и являются эталоном организации эффективной стратегии PR, в рамках которой телевидение занимает ключевое место.

Задание. Сравнить PR-деятельность этих спортивных лиг, подготовить аналитическую справку с особенностями каждой и оформить ее в сводную таблицу.

№	Название лиги	Основные характеристики	Преимущества	Недостатки	Применяемые PR-технологии

Задание 2.

Разработать проект PR-акции спортивной направленности, базируясь на опыте проведения, Лыжни России и других подобных проектов, предложить свой оригинальный формат PR-акции.

В результате выполнения данного задания необходимо отобразить способы привлечения государственных и муниципальных структур, коммерческого сектора, общественных организаций и СМИ к планируемой акции, а также обозначить цели, определить сегмент аудитории, который будет являться целевым.

Шкала оценивания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета без применения балльно-рейтинговой системы оценивания - посредством аттестационных испытаний в форме традиционного зачета.

Результаты зачета оцениваются по бинарной системе оценивания («зачтено», «не зачтено»), или традиционной балльной системе оценивания.

Наряду с оцениванием учебных достижений обучающихся по принятой образовательной организации системе оценок и использованием ее при оформлении официальных дипломов Академии о высшем образовании, вводят повышенный («Excellent» и «Good») и базовый («Very good» и «Satisfactory») уровень оценок «отлично» и «хорошо» для использования при оформлении ЕПД, согласно Положению об оформлении и выдаче ЕПД.

Таблица 6

Соответствие академической оценке

Академическая оценка		Оценка по шкале ESTS	
зачтено	отлично	Passed	A (Excellent)
			B (Very Good)
	хорошо		C (Good)
			D (Satisfactory)
	удовлетворительно		E (Sufficient)
не зачтено	неудовлетворительно	-	-

Критерии оценивания в ходе промежуточной аттестации

Оценка «**зачтено**» выставляется обучающемуся если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает его на зачете, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение; учебные достижения демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.

Оценка «**не зачтено**» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания; учебные достижения демонстрируют низкую степень овладения программным материалом.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.04.02 «Реклама и PR в спортивной индустрии» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические) и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:

- повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;
- ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);
- ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины или с электронными материалами, предложенными лектором;
- записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.

Подготовка к практическим (семинарским) занятиям:

- внимательно прочитать материал лекций, относящихся к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины;
- подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные в рабочей программе дисциплины, для обсуждения;
- выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме;
- понять, что для вас осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее;
- готовиться к практическим (семинарским) занятиям можно как индивидуально, так и в составе малой группы;
- рабочую программу учебной дисциплины необходимо использовать в качестве основного ориентира в организации обучения;
- электронная версия рабочей программы по дисциплине размещена на сайте Нижегородского института управления, к которой предоставлен авторизованный доступ.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса необходимо ознакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины; перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть; тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем и тематикой письменных работ, а также методическими рекомендациями по их выполнению;
- перечнем вопросов.

Систематическое выполнение всех видов заданий на лекциях, практических занятиях, а также самостоятельная работа позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для прохождения промежуточной аттестации**.**

Эффективность лекционных, семинарских и практических занятий по дисциплине во многом зависит от качества самостоятельной работы студентов, от их самоподготовки.

Часть времени, отведенного на самостоятельную работу должна использоваться на подготовку к аудиторным занятиям, другая часть на выполнение домашней работы, осмысление и оформление результатов практических занятий.

При подготовке к занятиям студенту полезно:

- изучить теоретический материал по данной теме (конспект занятия);
- ознакомиться с литературой, рекомендованной преподавателем;
- выполнить задания, предложенные преподавателем, к занятию;
- составить перечень вопросов, вызывающих затруднения, неясности или сомнения, обсудить их с преподавателем или на занятии;
- заниматься самостоятельным поиском дополнительной литературы по изучаемой теме.

В рамках данной дисциплины самостоятельная работа обучающихся включает самостоятельную работу с литературой.

Самостоятельная работа с исследовательской и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, сохраняется как важное звено самостоятельной работы в целом, но информационные технологии позволяют использовать как основу для самостоятельной работы не только печатную продукцию учебного или исследовательского характера, но и электронные издания, ресурсы сети Интернет – электронные базы данных, каталоги и фонды библиотек, архивов и т. д.

Самостоятельная работа по лекционному курсу дисциплины в основном выполняется в виде проработки учебного материала лекционных занятий из-за сложности материала, прочитанного ведущим преподавателем.

Самостоятельная работа по подготовке к семинару в основном выполняется в виде самостоятельного изучения учебного материала.

Для подготовки к семинарским занятиям, обучающимся предоставляется возможность самостоятельно заниматься на компьютерах оснащенных электронными учебниками и подключенных к интернету в библиотеке института.

Вопросы и задания для самостоятельной подготовки к лекционным и практическим занятиям

Тема 1. Спортивные бренды.

Изучите основные понятия: торговая марка, бренд, спортивный бренд, капитал бренда, элементы спортивного бренда.

Проанализируйте составляющие бренда спортивных клубов.

Тема 2. Стратегическое управление брендом в сфере спорта

Проанализируйте особенности стратегического управления брендом в сфере спорта. Раскройте этапы стратегического управления брендом в сфере спорта.

Изучите методы и способы повышения известности бренда.

Тема 3. Модель ассоциаций бренда спортивной команды

Изучите основные понятия: атрибуты бренда спортивной команды, уникальность бренда спортивной команды, позиционирование бренда команды.

Изучите влияние бренда спортивной команды на болельщиков.

Тема 4. Расширение спортивного бренда

Изучите основные понятия: «расширение бренда», материнский спортивный бренд, его особенности.

Проанализируйте факторы успеха спортивных брендов и влияние преданности болельщиков на расширение спортивного бренда.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Мяконьков, В. Б. Спортивный маркетинг : учебник для вузов / В. Б. Мяконьков, Т. В. Копылова, Н. М. Егорова ; под общей редакцией В. Б. Мяконькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 284 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12861-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542630.

2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536261

3. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [16+] / авт.-сост. А. Д. Паутов, Л. Г. Пушкарева. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. – 144 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=607568 (дата обращения: 07.09.2022). – Текст : электронный. - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

7.2. Дополнительная литература

1. Степанова, О. Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций : учебное пособие : в 2 частях / О. Н. Степанова ; Московский педагогический государственный университет. – Москва : Прометей, 2012. – Часть I. – 221 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=212839 (дата обращения: 07.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7042-2363-4. – Текст : электронный. - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

2. Степанова, О. Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций : учебное пособие : в 2 частях / О. Н. Степанова. – Москва : Прометей, 2013. – Часть II. – 267 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240482 (дата обращения: 07.09.2022). – ISBN 978-5-7042-2462-4. – Текст : электронный. - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

7.3. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации.

2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ.

3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 06.04.2021 №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

4. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 №952 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 21.08.2020, регистрационный номер № 59391).

5. Образовательный стандарт Академии по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный Приказом Российской академии народного хозяйства и государственной службы Российской Федерации при Президенте Российской Федерации от 29 марта 2021 года №01-3036.

6. "ГОСТ Р ИСО 10007-2007. Национальный стандарт Российской Федерации. Менеджмент организации. Руководящие указания по управлению конфигурацией" (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 14.11.2007 №302-ст).

7. Система менеджмента качества, ISO 9001.

8. Система менеджмента социальной ответственности на основе ИСО 26000.

9. Система менеджмента промышленной безопасности, OHSAS 18000.

10. Система энергетического менеджмента, ISO 50001.

7.4. Интернет-ресурсы

1. Информационный портал «sports.ru» [Электронный ресурс] – URL: http://www.sports.ru

2. Международное спортивное аналитическое агентство [Электронный ресурс] – URL: http://www.aroundtherings.com

3. Международный олимпийский комитет [Электронный ресурс] – URL: http://www.olympic.org

4. Официальный сайт «Спортивной российской библиотеки» [Электронный ресурс] – URL: http://www.libsport.ru

5. Административно-управленческий портал: менеджмент и маркетинг в бизнесе. Большая электронная библиотека [Электронный ресурс] – URL: http://www.aup.ru

6. Официальный сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mevriz.ru/.

7. Официальный сайт журнала «Российский журнал менеджмента» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rjm.spbu.ru/.

8. Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология, Менеджмент. Большая электронная библиотека [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.ecsocman.edu.ru

7.5. Иные источники

1. Электронные информационно-образовательные ресурсы Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС - http://sdo.niu.ranepa.ru/.

2. Портал электронной библиотеки [Электронный ресурс] – URL: http://www.ihtik.lib.ru/

3. Электронная библиотека студента «КнигаФонд» [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.knigafund.ru/

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

8.1. **Материально-техническая база**

Перечень материально-технического обеспечения:

1. Учебные аудитории, оборудованные для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, коллоквиумов, мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе мультимедийным оборудованием для демонстрации электронных презентаций и аудио- и видеоматериалов;
2. Компьютерные классы для выполнения групповых тестовых и иных заданий, а также для самостоятельной работы обучающихся оснащенные компьютерной техникой и обеспечением доступа к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно- образовательную среду организации;
3. Специализированные аудитории и лаборатории;
4. Библиотека с обеспечением печатными изданиями или электронно-библиотечная система обеспечивающая доступ к электронным изданиям (электронная библиотека);
5. Читальный зал;
6. Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV и др.

8.2. Информационные технологии, программное обеспечение:

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется информационные технологии и программное обеспечение:

1. Современная операционная система.
2. Kaspersky Endpoint Security (или аналог).
3. Средство просмотра файлов формата pdf.
4. Современные офисные средства (текстовые и табличные редакторы, средстваработы с презентационными материалами и т.д.).
5. Архиватор 7-Zip.
6. Система дистанционного обучения.
7. Автоматизированная библиотечная система.

8.3. Информационные справочные системы:

1. https://www.urait.ru –Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. https://www.iprbookshop.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «IPRSMART» (ранее – IPRBooks)
3. https://e.lanbook.com - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. https://znanium.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znanium.com».
5. https://www.book.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Book.ru».
6. https://ibooks.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «ibooks.ru».
7. https://ranepalib.miflib.ru - Электронная библиотека издательства «МИФ».
8. https://eivis.ru – Ивис (East View). Полные тексты российских научных и практических журналов, а также газет центральной прессы России. Доступ с ip-адресов локальной сети Института.
9. https://grebennikon.ru - Полные тексты 38 научно-практических журналов по маркетингу, менеджменту, финансам и управлению персоналом ИД «Гребенников». Доступ с ip-адресов локальной сети Института.
10. http://www.consultant.ru/ - Справочно-правовая система «Консультант».

11. http://www.garant.ru/ Справочно-правовая система «Гарант».