

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 25.12.2025 13:48:14
Уникальный программный ключ: «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2»

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

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ и ФИНАНСОВ

УТВЕРЖДЕНО

Директором СЗИУ РАНХиГС

Хлутковым А.Д.

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ
«Управление спортивной деятельностью
и организация крупных спортивных мероприятий»
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.ДВ.03.01 Управление спонсорскими активами и программами
(код и наименование дисциплины)

38.04.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки)

Очная, заочная
(формы обучения)

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2025 г.

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Д-р экон. наук, доцент

Елкина О.С.

Заведующий кафедрой Менеджмента

д.э.н., профессор

Лабудин А.В.

РПД (Б1.В.08 *Управление спонсорскими активами и программами* одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Протокол №4 от 27 ноября 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические материалы для освоения дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
 - 7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
 - 7.4. Интернет-ресурсы
 - 7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Управление спонсорскими активами и программами обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс-3	Способен использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПКс-3.2	Способен использовать методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
ПКс-4	Способен оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ПКс-4.3	Способен формировать и реализовывать конкурентоспособную стратегию развития в спортивной индустрии
ПКс-7	Способен к руководству планированием, аналитической и методической деятельностью в области физической культуры и спорта (разработка и утверждение текущих и перспективных планов работы, определение целевых показателей деятельности)	ПКс-7.2	Способен принимать решения и подписывать локальные нормативные акты организации, необходимые для реализации прогнозных и текущих планов
ПКс-8	Способность к руководству комплексной деятельностью в области физической культуры и спорта, использовать эффективные подходы к управлению персоналом, задействованном в осуществлении комплексной деятельности и осуществлять руководство комплексной деятельности в индустрии спорта	ПКс-8.2	Способен выполнять анализ финансово-хозяйственных планов и планов подготовки спортивного и технологического оборудования, спортивных сооружений или объектов спорта к проведению физкультурных, спортивных, массовых мероприятий с целью определения их реалистичности, соблюдения в планах требований собственника, в

			том числе по достижению целевых показателей, а также соответствия целям и задачам организации
--	--	--	---

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

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
Приказ Минтруда России от 27.04.2023 N 363н "Об утверждении профессионального стандарта "Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.05.2023 N 73527) Код 05.008 ОТФ «D» Деятельность по управлению профессиональным спортивным клубом, профессиональной спортивной лигой (далее - субъект профессионального спорта) / D/01.7 Стратегическое планирование деятельности субъекта профессионального спорта	ПКс-3.2	<p>на уровне знаний:</p> <p>Законодательство Российской Федерации в сфере физической культуры и спорта, основные направления государственной политики, положения стратегий и программ в области физической культуры и спорта федерального и регионального уровня</p> <p>Основы финансового, статистического и управленческого анализа</p> <p>Порядок составления и утверждения отчетов по административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельности организации бюджетной сферы</p> <p>знать основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурно-спортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности</p>
		<p>на уровне умений:</p> <p>Формировать систему целевых показателей деятельности организации бюджетной сферы и ее работников в соответствии со стратегическими и тактическими задачами организации, государственным (муниципальным) заданием на предоставление государственных (муниципальных) услуг (выполнение работ), поручениями вышестоящих организаций</p> <p>Оценивать результаты финансово-хозяйственной деятельности организации бюджетной сферы по выполнению государственного (муниципального) задания на предоставление государственных (муниципальных) услуг (выполнение работ)</p>

		<p>Разрабатывать и внедрять локальные нормативные акты и документы операционного управления организацией бюджетной сферы</p> <p>Анализировать данные финансовой, статистической и управленческой отчетности организации бюджетной сферы</p> <p>уметь выполнять анализ планов работ, процессов внутри- и межрегионального взаимодействия, с целью соблюдения требований вышестоящей организации или собственника (в том числе по достижению целевых показателей).</p>
		<p>на уровне навыков: обеспечение предоставления материальных ресурсов для осуществления совместных спортивных, культурных, патриотических, праздничных и иных массовых мероприятий по решению вышестоящей организации, собственника.</p>
<p>Приказ Минтруда России от 27.04.2023 N 363н "Об утверждении профессионального стандарта "Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.05.2023 N 73527) Код 05.008 ОТФ «D» Деятельность по управлению профессиональным спортивным клубом, профессиональной спортивной лигой (далее - субъект профессионального спорта) / D/01.7 Стратегическое планирование деятельности субъекта профессионального спорта</p>	ПКс-4.3	<p>на уровне знаний:</p> <p>Методики формирования бизнес-моделей и маркетинговых стратегий в профессиональном спорте</p> <p>Технологии интернет-маркетинга в профессиональном спорте</p> <p>Порядок разработки и согласования информационного, рекламного контента субъекта профессионального спорта</p> <p>Принципы бюджетирования и контроля расходов</p> <p>Методы организации планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности субъекта профессионального спорта</p> <p>знать правила профессиональной организации экономической, управленческой, маркетинговой, коммерческой, рекламной, патентно-лицензионной и пр. работы в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях.</p>
		<p>на уровне умений:</p> <p>Применять инструменты интернет-маркетинга, включая взаимодействие в социальных сетях и маркетинг в социальных сетях</p> <p>Составлять и редактировать тексты пресс-релизов, статей, объявлений, распорядительной документации</p>

		<p>Использовать методы и технологии оценки качества, результативности и эффективности маркетинговой деятельности субъекта профессионального спорта</p> <p>Взаимодействовать с внешними организациями, общественными объединениями и физическими лицами по вопросам спонсорства для ведения деятельности субъекта профессионального спорта</p> <p>Проводить тематические конференции, методические семинары, вебинары по вопросам маркетинговых стратегий, включая позиционирование субъекта профессионального спорта в отношениях с партнерами и внешними организациями</p> <p>Проводить промоакции и маркетинговые мероприятия с участием спортсменов и медиаперсон для продвижения интересов субъекта профессионального спорта во внешней среде, включая информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет"</p> <p>Контролировать целевое расходование средств на методическое, информационное обеспечение и маркетинговую деятельность с учетом исполнения планов и утвержденных бюджетов</p> <p>разрабатывать программы нововведений и составлять план мероприятий по реализации этих программ; профессионально вести экономическую, управленческую, маркетинговую, коммерческую, рекламную и патентно-лицензионную работу в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях.</p>
		<p>на уровне навыков:</p> <p>Организация и проведение маркетинговых кампаний, мероприятий по привлечению спонсоров и партнеров для субъекта профессионального спорта</p> <p>Организация взаимодействия с целевой аудиторией субъекта профессионального спорта, включая опрос удовлетворенности болельщиков, размещение информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и маркетинг в социальных сетях</p> <p>Контролирование продуктивности маркетинговой деятельности субъекта профессионального спорта</p> <p>методами и технологиями планирования и прогнозирования развития ФКиС на местном, региональном и федеральном</p>

		уровнях.
<p>Приказ Минтруда России от 27.04.2023 N 363н "Об утверждении профессионального стандарта "Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.05.2023 N 73527) Код 05.008 ОТФ «D» Деятельность по управлению профессиональным спортивным клубом, профессиональной спортивной лигой (далее - субъект профессионального спорта) / D/01.7 Стратегическое планирование деятельности субъекта профессионального спорта</p>	ПКс-7.2	<p>на уровне знаний:</p> <p>Методы организации планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности субъекта профессионального спорта</p> <p>Требования к оформлению, порядок согласования и утверждения локальных, распорядительных документов, регулирующих деятельность субъекта профессионального спорта</p> <p>Состав плановых показателей деятельности субъекта профессионального спорта</p> <p>Правила составления отчетной документации по стратегическому планированию деятельности субъекта профессионального спорта</p> <p>Правила работы с аналитическими, справочными правовыми системами</p> <p>знать правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций и т.д.</p>
		<p>на уровне умений:</p> <p>Разрабатывать локальные распорядительные документы субъекта профессионального спорта по вопросам регулирования направлений деятельности</p> <p>Обеспечивать текущий контроль выполнения плановых показателей по направлениям деятельности субъекта профессионального спорта и своевременно производить корректирующие и предупреждающие действия с целью устранения выявленных несоответствий</p> <p>Пользоваться поисковыми, справочными, аналитическими системами, информационными ресурсами, базами данных и цифровыми сервисами</p> <p>работать с финансово-хозяйственной документацией; принимать экономические и управленческие решения; разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений; проводить аналитическую, исследовательскую и рационализаторскую работу по оценке социально-экономической обстановки и конкретных форм управления.</p>
		на уровне навыков: навыками принятия

		экономических решений в области ФКиС; навыками в организации и проведении физкультурно-массовых и спортивных мероприятиях; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии.
Приказ Минтруда России от 27.04.2023 N 363н "Об утверждении профессионального стандарта "Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.05.2023 N 73527) Код 05.008 ОТФ «D» Деятельность по управлению профессиональным спортивным клубом, профессиональной спортивной лигой (далее - субъект профессионального спорта) / D/01.7 Стратегическое планирование деятельности субъекта профессионального спорта	ПКс-8.2	<p>на уровне знаний:</p> <p>Технологии контроля качества и производительности труда персонала субъекта профессионального спорта, включая лучшие практики управления</p> <p>Принципы бюджетирования и контроля расходов</p> <p>Методы и средства проведения финансово-экономических расчетов в профессиональном спорте</p> <p>Правила составления отчетной документации по операционному администрированию и управлению развитием субъекта профессионального спорта</p> <p>методы и технологии проведения научных исследований в более узких направлениях менеджмента.</p>
		на уровне умений: оценивать экономическую эффективность физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций и т.д.; умеет производить качественную и количественную оценку рисков проектов, определять эффективность проекта.
		<p>на уровне навыков:</p> <p>Организовывать работу и взаимодействие всех структурных подразделений при операционном управлении субъектом профессионального спорта</p> <p>Анализировать данные финансовой, статистической, управленческой отчетности субъекта профессионального спорта</p> <p>Оценивать результаты финансово-хозяйственной деятельности субъекта профессионального спорта</p> <p>Оценивать эффективность работы субъекта профессионального спорта по</p>

		<p>направлениям деятельности с учетом стратегии</p> <p>методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов в области управления и оценки их состояния по потенциальным возможностям экономического, социального и организационного развития; применяет на практике основы менеджмента спортивной индустрии, основные положения анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний.</p>
--	--	--

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академ. часов / 81 астр. час.

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) Очно/ заочно
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа	22/10
Лекции	6/2
Практические занятия	16/8
Лабораторные занятия	-
Консультация	-
Самостоятельная работа	86/94
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	устный опрос, диспут, эссе, доклад
Форма промежуточной аттестации	Зачёт

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Управление спонсорскими активами и программами относится к блоку дисциплин по выбору студента вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление спортивной деятельностью и организация крупных спортивных мероприятий».

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Управление спонсорскими активами и программами является формирование профессиональных компетенций через формирование у студентов научно-методической базы, необходимой для овладения студентами научными основами экономической теории, социального управления физкультурно-спортивными и спортивно-оздоровительными организациями/ мероприятиями России в условиях рыночной экономики, совершенствование хозяйственного механизма деятельности физкультурных и спортивных организаций, принятие экономически обоснованных управленческих решений, наиболее рациональное использование всех ресурсов отрасли – финансовых, материальных, экономических и трудовых., - овладение студентами знаниями и умениями системного анализа современных экономических отношений в спортивной отрасли с учетом взаимосвязи макро- и микроэкономики.

Задачи: • формирование современных знаний общих экономических основ и умения применять эти знания в практической деятельности руководителя; • ознакомление студентов с основами и особенностями финансового менеджмента в спортивных и спортивно-оздоровительных организациях с основами предпринимательства и бизнеса в спорте и спортивно-оздоровительном сервисе; • знакомство с основными положениями теории и практического мастерства, создание позитивного восприятия рыночных отношений в сфере физической культуры, спорта, спортивно-оздоровительном сервисе; • ознакомление студентов с основными аспектами управления в сфере спорта и спортивно-оздоровительного сервиса с целью обучения способам улучшения психологического климата и

взаимоотношений между людьми в спортивных организациях; • формирование профессиональных компетенций, предусмотренных дисциплиной.

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 4 семестре 2 курса, для студентов заочной формы обучения – на 2 и 3 курсе.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

По дисциплине осуществляется текущий контроль в виде устного опроса, диспута, эссе, доклада.

Формой промежуточной аттестации является зачёт.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1 Структура дисциплины (без применения ЭК),

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ /ДОТ	КСР		
Тема 1	Стратегические основы спортивного спонсорства	22	1		4		17	Т, ПИЗ
Тема 2	Формирование и оценка спонсорских активов	22	2		3		17	Т, ПИЗ
Тема 3	Разработка и реализация спонсорских программ	20	1		3		16	Т, ПКЗ
Тема 4	Активация спонсорских программ	20	1		3		16	Т, ПИЗ
Тема 5	Оценка эффективности и ROI спонсорства	24	1		3		20	Т, ПИЗ
Промежуточная аттестация								Зачёт
Всего (акад/астр):		108/81	6/4		16/12		86/64,5	

Примечание: * КСР в объем не входит

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к

реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Т – тестирование.

ПКЗ – практические контрольные задания.

ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Стратегические основы спортивного спонсорства	12	1		2		18	Т, ПИЗ
Тема 2	Формирование и оценка спонсорских активов	11	-		2		18	Т, ПИЗ
Тема 3	Разработка и реализация спонсорских программ	11	-		1		18	Т, ПКЗ
Тема 4	Активация спонсорских программ	12	1		1		18	Т, ПИЗ
Тема 5	Оценка эффективности и ROI спонсорства	13	-		2		22	Т, ПИЗ
Промежуточная аттестация		4						Зачёт
Всего (акад/астр):		108/81	2/1,5		8/6		94/70,5	

Примечание.: * КСР в объем не входит

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Т – тестирование.
ПКЗ – практические контрольные задания.
ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

3.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Стратегические основы спортивного спонсорства

Теоретический фундамент и современные тенденции.

Определение, цели и задачи спортивного спонсорства. Классификация спонсорства: титульное, техническое, медийное и др. Рынок спортивного спонсорства: глобальные тренды и российская специфика. Спонсорство как часть интегрированных маркетинговых коммуникаций. Юридические и этические аспекты спонсорской деятельности.

Тема 2. Формирование и оценка спонсорских активов

Создание продукта для продажи

Портфель спонсорских активов: медийные, цифровые, ивент-активы, преференции. Методы оценки стоимости спонсорских активов: Метод сопоставимой рыночной стоимости. Метод медиа ценности. Метод оценки на основе достижения бизнес-целей спонсора. Бренд-интеграция и позиционирование активов. Технологии презентации активов (спонсорские досье, медиа киты).

Тема 3. Разработка и реализация спонсорских программ

Практика управления спонсорскими отношениями

Цикл управления спонсорской программой: Анализ потребностей спонсора. Разработка индивидуальной программы. Переговоры и заключение контракта. Реализация и активация. Отчетность и оценка. Ключевые элементы спонсорского контракта: права, обязанности, ограничения. Управление взаимоотношениями со спонсором (спонсорский сервис). Кросс-функциональное взаимодействие внутри организации.

Тема 4. Активация спонсорских программ

Максимизация ценности для спонсора

Стратегии активации: медийная, цифровая, ивент-активация. Интеграция спонсорства с другими маркетинговыми инструментами. Создание уникального спонсорского опыта. Цифровые инструменты активации: AR/VR, социальные сети, мобильные приложения. Работа с амбассадорами и спортсменами в рамках спонсорских программ.

Тема 5. Оценка эффективности и ROI спонсорства

Измерение результатов и управление на основе данных

Методы оценки эффективности спонсорских программ: Метрики медиа воздействия (GRP, охват, частота). Метрики вовлеченности. Метрики бизнес-результатов (узнаваемость, лояльность, продажи). Расчет возврата на инвестиции (ROI) и возврата на цели (ROO). Инструменты аналитики и сбора данных. Пост-спонсорский анализ и формирование рекомендаций. Кейсы успешных и неудачных спонсорских программ

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

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

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Управление спонсорскими активами и программами используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: лекция – презентация.

при проведении занятий семинарского типа: тестирование, практические контрольные задания, профессионально-исследовательские задания.

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: работа с учебной литературой, методическими пособиями и другими источниками информации в процессе подготовки к аудиторным занятиям и промежуточной аттестации по дисциплине.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Стратегические основы спортивного спонсорства	Т, ПИЗ
Формирование и оценка спонсорских активов	Т, ПИЗ
Разработка и реализация спонсорских программ	Т, ПКЗ
Активация спонсорских программ	Т, ПИЗ
Оценка эффективности и ROI спонсорства	Т, ПИЗ

*Примечание: * КСР в объем не входит*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Т – тестирование.

ПКЗ – практические контрольные задания.

ПИЗ – профессионально-исследовательские задания

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Тема 1. Стратегические основы спортивного спонсорства

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Ситуация: Крупный российский банк рассматривает возможность стать генеральным партнером футбольного клуба из топ-5 РПЛ. Банк ставит перед своим маркетинговым отделом задачу: выбрать наиболее перспективный формат спонсорства, который обеспечит максимальный стратегический эффект в текущих рыночных условиях.

Вопрос: Какой формат спонсорства будет наиболее стратегически обоснован для банка с учетом современных трендов и российской специфики, описанных в теме?

Варианты ответов:

А) Медийное спонсорство с размещением логотипа на шортах игроков.

В) Цифровое спонсорство с эксклюзивными правами на ведение официального финансового блога клуба в соцсетях и интеграцией банковских сервисов в мобильное приложение клуба.

С) Техническое спонсорство с поставкой банковского оборудования для стадиона и офиса клуба.

Д) Спонсорство одного домашнего матча в сезоне с масштабной активацией на стадионе.

ПИЗ Профессионально-исследовательское задание (Кейс-ситуация)

Тема: «Разработка стратегии импортозамещения в спонсорском портфеле для Федерации хоккея России (ФХР)»

Бриф: Вы — руководитель коммерческого департамента Федерации хоккея России. В условиях ухода ряда международных спонсоров и смены рыночной парадигмы перед ФХР стоит стратегическая задача: провести ревизию спонсорского портфеля и разработать программу привлечения российских партнеров, которая не просто компенсирует выпадающие доходы, но и создает новую ценность для всех стейкхолдеров.

Задание:

Подготовьте стратегический меморандум на 4-5 страниц для руководства ФХР по следующей структуре:

1. Анализ текущего спонсорского портфеля и рыночного контекста (1-1.5 стр.)

Проведите SWOT-анализ текущей спонсорской базы ФХР (можно на основе открытых данных).

Сформулируйте 3 ключевых вызова, связанных с уходом международных спонсоров (например: потеря части финансирования, снижение международного престижа, разрыв с глобальными практиками).

Определите 2 основных возможности для привлечения российских компаний с учетом текущей экономической и политической ситуации.

2. Разработка новой ценностной предложения для российских спонсоров (1.5 стр.)

На основе изученных целей и классификации спонсорства предложите новую систему ценностей и активов ФХР для российских партнеров. Она должна включать:

Национально-патриотический компонент (например, статус "Официального партнера сборной России", программы поддержки детского спорта в регионах).

ESG-повестку (например, проекты по инклюзивному хоккею, "зеленые" инициативы на мероприятиях).

Цифровые активы (например, эксклюзивные права на статистику и аналитику, интеграцию в официальное приложение ФХР).

Объясните, как эта система соответствует современным глобальным трендам (опыт, ценности, данные), адаптированным под российскую специфику.

3. Практический план по привлечению и активации (1.5 стр.)

Разработайте план конкретных действий на 12 месяцев:

Этап 1 (0-3 мес.): Сегментация потенциальных российских спонсоров по отраслям (IT, ритейл, промышленность, госкорпорации) и их вероятным целям.

Этап 2 (3-6 мес.): Создание отрасле-специфичных спонсорских пакетов с примерами интеграции в деятельность ФХР (например, для IT-компаний — спонсорство цифровой трансляции и разработка вовлеченности фанатов решений; для ритейлера — программа лояльности с использованием атрибутики сборной).

Этап 3 (6-12 мес.): Разработка KPI и методологии оценки эффективности для новых партнеров с акцентом на ROO, а не только на медиапоказатели.

4. Управление рисками и правовые аспекты (0.5-1 стр.)

Определите основные юридические и этические риски новой стратегии:

Риск конфликта категорий между новыми российскими спонсорами.

Риск негативной реакции болельщиков на отдельных спонсоров.

Особенности соблюдения закона о рекламе в новых условиях.

Предложите меры по минимизации этих рисков (например, разработка внутреннего кодекса спонсорства, прозрачная коммуникация с фанатами).

Критерии оценки:

Глубина анализа: Качество SWOT-анализа, понимание российской специфики рынка.

Инновационность предложений: Креативность в разработке ценностного предложения и спонсорских пакетов, соответствие трендам.

Практическая проработанность: Реалистичность плана, конкретность этапов и KPI.

Системность и учет рисков: Комплексный подход, выявление и минимизация потенциальных проблем.

Результат: Меморандум должен стать практическим руководством к действию для коммерческого департамента ФХР, демонстрирующим не реактивный, а проактивный стратегический подход к управлению спонсорскими активами в новых реалиях.

Тема 2. Формирование и оценка спонсорских активов.

Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция: перед вами — описания различных спонсорских активов спортивного клуба. Установите соответствие между типом актива (1-5) и методом его стоимостной оценки (А-Д), который будет наиболее релевантным и информативным в первую очередь. Каждому типу актива соответствует только один метод.

Тип спонсорского актива	Метод стоимостной оценки
1. Право размещения логотипа на игровой форме (на груди) в течение всего сезона.	А. Метод сопоставимой рыночной стоимости
2. Организация эксклюзивного корпоративного турнира для топ-менеджеров компании-спонсора с участием легенд клуба.	Б. Метод медиаценности (AVE)
3. Интеграция платежного сервиса спонсора в мобильное приложение клуба с предложением cashback болельщикам.	В. Метод оценки на основе бизнес-целей спонсора
4. Размещение рекламного баннера на электронном табло стадиона.	Г. Комбинированный метод (AVE + Goal-Based)
5. Статус «Официального автомобильного партнера» с эксклюзивными правами в своей категории.	Д. Оценка через стоимость аналогичных event-услуг на рынке

Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Контекст: Молодой, но амбициозный футбольный клуб из города-миллионника готовит свое первое полноценное спонсорское досье для привлечения генерального

партнера. Команда маркетологов обсуждает, какие элементы обязательно должны быть включены в этот документ, чтобы он был убедительным для потенциального спонсора из сектора B2C-ритейла.

Вопрос: Выберите ВСЕ верные утверждения, характеризующие обязательные элементы эффективного спонсорского досье в данной ситуации.

Варианты ответов:

- a) Досье должно открываться «Executive Summary» — кратким резюме на одной странице, где сразу указана суть предложения и ключевая выгода для спонсора.
- b) Первым разделом после титульной страницы должен идти подробный прайс-лист со стоимостью каждого актива в отдельности, чтобы спонсор мог сам сформировать пакет.
- c) В досье необходимо включить раздел «Профиль нашей аудитории» с данными о демографии, покупательской способности и медиапотреблении болельщиков клуба.
- d) Обязательным является раздел с предложением конкретного пакета активов, где каждый актив не просто перечислен, а визуализирован (скетчи, мокапы) и объяснена его польза для целей спонсора (например, «логотип на форме для максимального охвата национальной ТВ-аудитории»).
- e) Поскольку клуб молодой и не имеет истории успешных партнерств, раздел с кейсами и доказательствами эффективности можно опустить, сделав акцент на будущих планах.
- f) В досье следует указать инвестицию (стоимость партнерства) только после того, как продемонстрирована вся ценность предложения, желательно — ближе к концу документа.
- g) Достаточно предоставить спонсору общий медиаактив лиги, так как аудитория и показатели у всех клубов схожи.

ПИЗ Профессионально-исследовательское задание

Тема: «Аудит и реструктуризация спонсорского портфеля для нового стадиона ФК «Авангард»»

Ситуация: ФК «Авангард» через 8 месяцев переезжает на новый, современный стадион на 30 000 мест. Перед коммерческим директором стоит задача: провести полный аудит текущих спонсорских активов (которые в основном заточены под старый стадион) и разработать новую, рыночно обоснованную структуру спонсорских пакетов и их стоимости для новой арены. Цель — увеличить спонсорские доходы на 40% в первый же сезон на новом месте.

Задание:

Вы — консультант, нанятый для этого проекта. Подготовьте дорожную карту и ключевые расчеты в формате рабочей тетради проекта (Project Workbook) на 4-5 страниц.

Структура рабочей тетради:

1. Фаза 1: Инвентаризация и аудит (1 стр.)

Составьте таблицу-чеклист для сбора данных по всем существующим активам. Разделите их на 4 категории: Медийные (традиционные), Цифровые, Ивент-пространства нового стадиона, Активы-преференции.

Для каждой категории приведите по 2 конкретных примера из практики «Авангарда» и укажите, какие данные необходимо собрать для их оценки (например, для актива «Баннер на главном фасаде»: размер, панорамная видимость с ключевых ракурсов, estimated daily трафик мимо стадиона).

2. Фаза 2: Оценка и ценообразование (2 стр.)

Выбор методов: Для каждой из 4 категорий активов обоснуйте, какой метод оценки (или комбинация) будет основным. Составьте краткий алгоритм расчета.

Пример для «Ивент-пространств»: Метод сопоставимой рыночной стоимости (анализ стоимости аренды лофтов, конференц-залов в городе) + премиум за бренд и инфраструктуру клуба.

Расчет базовой стоимости ключевого актива: на примере одного нового цифрового актива (например, «спонсорство интерактивной зоны фан-активаций с тач-панелями») проведите укрупненный расчет его стоимости, используя метод оценки на основе бизнес-целей. Опишите логику: 1) Цель спонсора (допустим, сбор контактов для CRM); 2) Как актив ее достигает; 3) Какова ценность одного такого контакта для спонсора на рынке; 4) Прогнозируемое количество контактов за сезон.

Фаза 3: Упаковка и презентация (1 стр.)

Предложите структуру нового спонсорского пакета «Генеральный партнер стадиона», включающую не менее 8 активов из разных категорий. Представьте ее в виде схемы/таблицы.

Разработайте макет одной страницы спонсорского досье для этого пакета. В макете должны быть отражены: заголовок-предложение (слогановый), подзаголовок с ключевой выгодой, 3-4 ключевых актива с иконками/кратким описанием, блок «Почему это работает» (намек на данные об аудитории).

Риски и KPI (0.5-1 стр.)

Определите главный риск в процессе переоценки и перепродажи активов (например, недовольство текущих спонсоров из-за роста цен или изменения условий).

Предложите 2 количественных KPI для оценки успешности проекта не по итоговой выручке, а по качеству новых партнерств (например, «доля пакетов, проданных по новой методике ценообразования»; «средний срок контракта с новыми спонсорами»).

Критерии оценки проекта:

Системность и полнота аудита: Охват всех категорий активов, практичность чек-листа.

Профессионализм в оценке: Грамотный выбор методов под каждый тип актива, логичность и прозрачность примера расчета.

Креативность и продающая сила упаковки: Привлекательность и логичность структуры пакета, убедительность макета досье.

Практичность и учет рисков: Реалистичность KPI, идентификация существенных рисков.

Это задание моделирует комплексную проектную работу, требующую применения всех элементов темы: от инвентаризации и классификации до выбора методов оценки и финальной упаковки продукта.

Тема 3. Разработка и реализация спонсорских программ

Задание закрытого типа на установление последовательности

Ситуация: Коммерческий отдел баскетбольного клуба «Зенит» ведет переговоры с крупной технологической компанией «ТехноЛаб» о заключении спонсорского соглашения на сезон. Компания заинтересована в повышении узнаваемости своего нового бренда умных устройств среди молодежной аудитории.

Инструкция: Проанализируйте процесс подготовки и ведения переговоров. Расставьте этапы цикла управления спонсорской программой в правильной логической последовательности, начиная с самого первого шага.

Элементы для последовательности:

А. Проведение рабочей встречи с маркетинговым директором «ТехноЛаб» для выяснения ключевых бизнес-задач и целевых KPI кампании.

В. Подписание финальной версии спонсорского контракта с подробными приложениями и техническими заданиями.

С. Разработка индивидуального предложения, включающего интеграцию бренда в интерактивные зоны на арене и серию цифровых челленджей с участием звезд клуба.

- Д. Подготовка квартального отчета с данными об охвате цифровых активностей и результатами опроса целевой аудитории.
- Е. Координация с IT-отделом клуба по технической реализации спонсорской интеграции в мобильное приложение и организация съемок с игроками для запуска челленджа.
- Ф. Внесение правок в проект контракта после обсуждения условий эксклюзивности в категории «умные устройства» и графика платежей.

ПКЗ Практическое контрольное задание

Тема: «Разработка плана антикризисного управления для спонсорской программы ФК «Локомотив»

Исходная ситуация:

ФК «Локомотив» находится в середине второго года трехлетнего спонсорского контракта с компанией «Восточный Экспресс» (генеральный партнер, титульный спонсор формы). Компания «Восточный Экспресс» — крупный логистический оператор. Внезапно в СМИ выходит расследование о серьезных экологических нарушениях на одном из предприятий холдинга «Восточный Экспресс». Материал получает широкий резонанс. В социальных сетях фанаты «Локомотива» начинают массово выражать недовольство, требуя разорвать контракт с «грязным» спонсором. Хештег #Локобезгрязи набирает популярность. Партнерство клуба с компанией ставит под удар репутацию бренда «Локомотив».

Ваша роль: Вы — руководитель спонсорского отдела ФК «Локомотив». Вам необходимо в срочном порядке разработать план действий по управлению этим кризисом в отношениях со спонсором и защиты репутации клуба.

Задание:

Подготовьте План антикризисных коммуникаций и действий (Crisis Action Plan) для внутреннего использования руководством клуба. Объем: 3-4 страницы.

Структура плана:

Немедленные действия (первые 24-48 часов) (1 стр.)

Внутренняя координация: Составьте список ключевых отделов клуба, с которыми необходимо провести срочное совещание. Для каждого отдела сформулируйте одну конкретную задачу в рамках кризисного реагирования (например, *Юридический отдел: проанализировать контракт на предмет clause о репутационных рисках и условиях расторжения*).

Коммуникация со спонсором: Разработайте тезисы для экстренного звонка/встречи с представителем «Восточного Экспресс». Какие 3 ключевых вопроса необходимо обсудить в первую очередь? Какую совместную позицию следует выработать?

Публичная реакция (если потребуется): Предложите вариант краткого первого публичного заявления от лица клуба (3-4 предложения). Какой тон следует выбрать (нейтральный, сочувствующий, строгий)?

Стратегия среднесрочных действий (1 неделя – 1 месяц) (1.5 стр.)

Сценарий 1: Партнерство продолжается. Компания «Восточный Экспресс» предоставляет убедительные опровержения и запускает программу по исправлению ситуации.

Какие совместные шаги со спонсором можно предложить для восстановления доверия фанатов? (Например, совместный ESG-проект по озеленению района стадиона, открытый диалог с фанатами).

Как скорректировать план спонсорской активации на ближайшие месяцы, чтобы сместить фокус с имиджевых на социально-ответственные активности?

Сценарий 2: Принято решение о досрочном прекращении сотрудничества.

Разработайте поэтапный план «цивилизованного развода». Какие юридические, финансовые и коммуникационные этапы необходимо предусмотреть?

Как минимизировать финансовые потери и репутационные риски для клуба в этом сценарии?

Работа с внутренними процессами и выводы (0.5-1 стр.)

Анализ уязвимостей: на основе данного кейса сформулируйте 2 недостатка в текущих процессах управления спонсорскими программами в «Локомотиве», которые позволили кризису оказать столь сильное влияние (например, отсутствие регулярного мониторинга репутации спонсоров, недостаточно детальный моральный контекст в контракте).

Рекомендации по предотвращению: предложите 3 конкретных изменения в работе спонсорского отдела и в типовом спонсорском контракте, которые помогут смягчить подобные риски в будущем (например, введение ежегодного аудита ESG-показателей ключевых спонсоров, создание кризисной коммуникационной «дорожной карты» для каждого партнера).

Критерии успеха (0.5 стр.)

Предложите 2-3 нефинансовых KPI, по которым через 3 месяца можно будет оценить успешность управления данным кризисом (например, снижение негативной тональности упоминаний клуба в связке со спонсором до X%, отсутствие ухода других спонсоров, сохранение уровня вовлеченности ключевых фанатских групп).

Критерии оценки задания:

Скорость и адекватность реакции: Реалистичность и конкретность плана первых действий, понимание приоритетов.

Стратегическое мышление и проработка сценариев: Глубина анализа возможных путей развития ситуации, баланс между защитой репутации клуба и профессиональным управлением отношениями со спонсором.

Системный подход и профилактика: Качество анализа системных ошибок и практическая рекомендация по улучшению процессов.

Профессиональное оформление: Четкость, структурированность, деловой стиль изложения.

Это задание проверяет умение применять знания о полном цикле управления спонсорской программой и ключевых элементах контракта в стрессовой, нестандартной ситуации, требующей навыков кризис-менеджмента, коммуникаций и стратегического планирования.

Тема 4. Активация спонсорских программ

Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора

Контекст: Российский телеком-оператор «Связь Интеграл» стал новым официальным партнером мужской сборной России по баскетболу. Цель партнерства — укрепить позиции бренда среди мужской аудитории 25-45 лет, повысить лояльность и продемонстрировать технологичность компании. Бюджет на спонсорские права уже выплачен, теперь отделу маркетинга оператора необходимо разработать программу активации на ближайший сезон. На стартовое совещание вынесены четыре концепции.

Вопрос: какую из предложенных концепций активации вы, как руководитель проекта, признаете наиболее стратегически обоснованной и эффективной для достижения поставленных целей? Подробно обоснуйте свой выбор, объяснив сильные стороны выбранной концепции и слабости отвергнутых.

Варианты концепций:

А) «Традиционная медийная мощь». Максимальный фокус на телевизионные интеграции: спонсорство всех послематчевых интервью, виртуальная реклама на паркете во

время трансляций всех игр сборной, создание еженедельной аналитической программы «5 секунд до сирены при поддержке «Связь Интеграл» на спортивном канале.

В) «Опыт для избранных». Организация эксклюзивных мероприятий для ключевых B2B-клиентов и топ-менеджеров оператора: приглашения на матчи в VIP-ложи с участием звезд сборной, проведение закрытых мастер-классов с тренерским штабом, корпоративный баскетбольный турнир под эгидой партнерства.

С) «Фан — в центре игры». Комплексная цифровая и ивент-активация, нацеленная на массовую аудиторию болельщиков. Запуск мобильного челленджа в приложении оператора с баскетбольными заданиями и розыгрышем встречи со сборной. Создание интерактивной AR-зоны на всех домашних матчах, где можно «попытаться» забросить мяч вместе с виртуальным изображением капитана команды. Активный контент в соцсетях с хештегом #СвязьСБроском.

Д) «Технологии чемпионов». Позиционирование оператора как технологического партнера команды. Запуск проекта о том, как современная связь и данные помогают в подготовке: серия документальных видеороликов «Цифровая сборная» о работе аналитиков, использовании гаджетов, организации удаленных селекторных совещаний. Размещение этого контента на цифровых площадках оператора, позиционируемых как B2B-решения.

ПИЗ Профессионально-исследовательское задание

Тема: «Разработка креативной питч-презентации программы активации для потенциального спонсора Академии тенниса «Смена»»

Исходные данные: Вы — креативный директор в агентстве, специализирующемся на спортивном маркетинге. К вам обратилась Академия тенниса «Смена» — известный российский центр подготовки юных талантов. Академия ищет технологического партнера (категории: IT-оборудование, гаджеты, smart-девайсы) для спонсорства своей новой образовательной программы «Теннис 4.0». Бюджет спонсора условно составляет 15-20 млн рублей в год. Академия просит ваше агентство подготовить не просто список активов, а убедительную креативную питч-презентацию, демонстрирующую, как партнерство может быть ярко активировано.

Задание:

Подготовьте ключевые слайды и нарратив питч-презентации (описание в формате документа на 3-4 страницы) для демонстрации потенциальному спонсору (например, «Яндекс», «М.Видео-Эльдорадо» (гаджеты), «DNS»).

Структура питч-документа:

Слайд №1: Стратегическая идея (1 стр.)

Сформулируйте ключевой инсайт о целевой аудитории спонсора (молодые родители, интересующиеся развитием детей) и академии (юные спортсмены).

Представьте глобальную креативную идею партнерства. Это должна быть емкая, запоминающаяся фраза, объединяющая ценности спонсора и академии (например, не «Спонсорство Академии», а «Создаем чемпионов будущего вместе: где технологии встречают талант»).

Кратко визуализируйте эту идею (опишите ключевой визуал или слоган).

Слайд №2-3: Программа активации «3D Эффект» (1.5 стр.)

Представьте три взаимосвязанных блока активации, используя аббревиатуру 3D: Цифровой слой:

Конкретная инициатива: Создание серии документальных VR-роликов «День из жизни воспитанника «Смены», доступных через приложение спонсора/на сайте. Позволяет погрузиться в тренировочный процесс.

Цель для спонсора: Демонстрация высоких технологий (VR) в образовательном контексте, сбор данных о заинтересованной аудитории.

Развитие и устройства:

Конкретная инициатива: Программа «Умный корт». Оснащение одного из кортов академии умными камерами и сенсорами (поставка от спонсора). Данные с них используются тренерами и транслируются в специальном разделе на сайте.

Цель для спонсора: Создание «живой» демозоны для продуктов, позиционирование как партнера, реально влияющего на качество тренировок.

Диалог и мечта:

Конкретная инициатива: Ежегодный «День открытых инноваций» для родителей, СМИ и партнеров спонсора с мастер-классами, тест-драйвом технологий и сессиями со звездами-выпускниками.

Цель для спонсора: Прямой контакт с целевой B2C и B2B-аудиторией, укрепление имиджа социально-ответственной компании.

Слайд №4: Измерение успеха и ROO (0.5-1 стр.)

Для каждой из 3 инициатив предложите по 1-2 конкретных, измеримых KPI, ориентированных на ROO, а не только на охват.

Пример для VR-роликов: не «100 тыс. просмотров», а «30% вовлеченности (среднее время просмотра >70% ролика) и 5000 скачиваний брошюры об образовательных решениях спонсора».

Предложите механизм отчетности (ежеквартальный дашборд с ключевыми метриками).

Слайд №5: Почему это выгодно? (Итог) (0.5 стр.)

Резюмируйте 3 главные выгоды для спонсора в формате «заголовок + пояснение».

Пример: 1) Уникальный контент-кейс для B2B- и B2C-продаж; 2) Прямой доступ к лояльной и платежеспособной аудитории молодых семей; 3) Долгосрочный вклад в имидж инноватора и социального инвестора.

Критерии оценки проекта:

Инновационность и релевантность: Оригинальность, соответствие ценностям академии и технологического бренда.

Проработанность и интеграция активаций: Конкретность инициатив, их взаимосвязь в единую программу, использование современных инструментов (VR, умные устройства, ивенты).

Ориентация на результат и измеримость: Качество предложенных KPI, их связь с бизнес-целями спонсора.

Убедительность и продающая сила: Ясность и структурированность подачи, фокус на выгодах для клиента.

Тема 5. Оценка эффективности и ROI спонсорства.

Задание открытого типа с развернутым ответом

Контекст: Вы — руководитель отдела аналитики в крупном маркетинговом агентстве. К вам обратился новый клиент — производитель спортивных энергетических напитков «VigorBoost». Компания в течение последних двух лет была титульным спонсором национальной федерации экстремальных видов спорта (скейтбординг, BMX, паркур). Бюджет партнерства составлял 5 млн руб. в год. Менеджмент «VigorBoost» недоволен: «Мы видим наш логотип на всех трансляциях и плакатах, но не понимаем, что это нам дает. Наши продажи выросли всего на 3% за два года, что соответствует среднему рыночному тренду. Мы рассматриваем вопрос о выходе из спонсорства».

Перед вами поставили задачу: проанализировать потенциальные причины низкой воспринимаемой эффективности и предложить новый, измеримый подход к оценке этого спонсорства, который либо докажет его скрытую ценность, либо подтвердит нецелесообразность дальнейших инвестиций.

Задание:

Напишите аналитическое эссе-меморандум для руководства «VigorBoost» (объем 600-800 слов), структурированное по следующим пунктам:

Критика текущего подхода к оценке: объясните, почему рост продаж на 3% не может и не должен быть единственным или главным KPI для оценки данного спонсорства. Какие типичные ошибки в постановке целей и выборе метрик, вероятно, были допущены? Опирайтесь на трехуровневую модель оценки.

Предложение новой системы измерения (ROO-фокус):

Исходя из специфики продукта («энергетический напиток») и целевой аудитории экстремальных видов спорта (молодежь, активный образ жизни, сообщество), предложите 3-4 реалистичные нефинансовые цели, которые такое спонсорство могло бы преследовать.

Для каждой цели предложите 1-2 конкретных, измеримых KPI и метод их сбора данных.

Пример: Цель: «Укрепить восприятие бренда как „своего“ в комьюнити экстремалов». KPI: Рост упоминаний бренда в пользовательском контенте (UGC) спортсменов и фанатов в соцсетях на 25%; Рост спонтанной узнаваемости бренда как спонсора движения среди целевой аудитории до 40% (замеряется через ежегодный опрос). Метод: онлайн-опрос.

Практический план действий и вывод: Сформулируйте итоговую рекомендацию: стоит ли прекращать партнерство? Ваша рекомендация должна быть основана не на интуиции, а на плане действий по получению недостающих данных.

Что необходимо сделать в оставшийся срок контракта, чтобы получить объективную картину?

Какой аналитический отчет (опишите его структуру и ключевые разделы) вы предоставите через 6 месяцев, чтобы руководство могло принять взвешенное решение о продлении?

Критерии оценки

Глубина анализа: Понимание ограничений финансовых метрик, умение декомпозировать цели спонсорства на адекватные компоненты.

Практичность и изобретательность: Релевантность предложенных целей и KPI специфике кейса, реалистичность методов сбора данных.

Структурированность и логика вывода: Четкая аргументация, вывод, вытекающий из анализа, практичность предлагаемого плана.

Качество изложения.

ПИЗ Профессионально-исследовательское задание

Тема: «Проведение комплексного аудита эффективности спонсорского портфеля и разработка системы оценки для ХК „Трактор“ (Челябинск)»

Бриф: Вы — ведущий консультант компании, специализирующейся на спортивной аналитике. Хоккейный клуб «Трактор» имеет долгосрочные отношения с рядом ключевых спонсоров (титульный, генеральные партнеры, официальные поставщики). Руководство клуба констатирует: «Мы предоставляем отчеты в виде коллажей из фотографий и таблиц, но чувствуем, что этого больше недостаточно. Нам нужна современная, понятная спонсорам и нам самим система оценки, которая покажет реальную ценность каждого партнерства и станет инструментом для роста доходов».

Задание:

Вам поручено провести аудит и разработать «Дорожную карту внедрения системы оценки эффективности спонсорства (СОЭС)». Подготовьте итоговый документ в формате презентации для совета директоров клуба (развернутое описание слайдов, 4-5 страниц).

Структура документа (слайды):

Слайд 1. Диагноз: почему старые методы не работают?

Проанализируйте 3 ключевые проблемы текущей системы отчетности «Трактора» (опираясь на типичные ошибки из темы). Пример: 1) Фокус только на Выпуск-метрики

(AVE, охват) без связи с целями спонсора; 2) Отсутствие единой платформы данных; 3) Отчеты не содержат аналитических выводов и рекомендаций, это просто констатация фактов.

Слайд 2. Видение: Какой должна быть новая система? Принципы СОЭС.

Сформулируйте 3 основополагающих принципа новой системы.

Пример: Принцип 1. Ориентация на ROO. Оценка по степени достижения индивидуальных целей каждого спонсора.

Пример: Принцип 2. Цифровое продвижение. Все выводы подкрепляются данными из нескольких источников (медиа, опросы, бизнес-данные спонсора).

Пример: Принцип 3. Интерактивность и прозрачность. Предоставление спонсорам доступа к дашбордам в реальном времени или в режиме квартального обзора.

Слайд 3. Практика: Внедрение пошагово (дорожная карта на 12 месяцев).

Квартал 1: Подготовка. Разработка шаблона «Карты целей спонсора» для заполнения при заключении/продлении контракта. Выбор и настройка ПО для дашбордов.

Квартал 2: Пилот. Запуск системы для 1-2 ключевых спонсоров. Проведение стартовых замеров (базовый опрос об узнаваемости, анализ текущего медиаполя). Регулярные встречи по уточнению KPI.

Квартал 3-4: Масштабирование и анализ. Подключение остальных спонсоров. Подготовка первых сравнительных отчетов. Формирование «Индекса удовлетворенности спонсоров» на основе регулярных опросов.

Слайд 4. Инструменты и KPI для клуба.

Презентуйте макет единого дашборда для руководства «Трактора». Какие сводные KPI по всему спонсорскому портфелю должны в нем быть?

Пример: 1) Общий ROO-портфеля (средневзвешенный % выполнения целей спонсоров). 2) Динамика SSI. 3) Медиа ценность 1 рубля инвестиций (AVE/Бюджет) – для внутреннего контроля.

Объясните, как эти KPI помогут в продажах (доказательная база для новых партнеров) и в удержании (выявление проблемных партнерств до срыва контракта).

Слайд 5. Ожидаемые результаты и инвестиции.

Сформулируйте 2 качественных и 2 количественных результата, которых должен достичь клуб через 2 года после внедрения системы.

Качественные: Переход отношений со спонсорами из категории «продажа активов» в «стратегическое партнерство»; Повышение репутации клуба как технологически продвинутой и прозрачной организации.

Количественные: Снижение оттока спонсоров на 15%; Рост средней стоимости спонсорского пакета на 10% за счет доказательства эффективности.

Оценка необходимых ресурсов: Какие позиции/навыки нужны в штате? Примерный бюджет на софт и исследования.

Критерии оценки проекта:

Системность диагностики и видения: Глубина понимания проблем, комплексность предложенных принципов.

Практическая проработанность дорожной карты: Реалистичность этапов, понимание организационных изменений, конкретность инструментов.

Инновационность и бизнес-ориентированность: Наличие новых метрик (типа SSI), четкая связь системы с коммерческими целями клуба.

Качество презентации решения: Убедительность, структурированность, ясность для не-аналитиков (руководства).

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачёт проводится с применением следующих методов (средств):

Промежуточный контроль по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 Управление спонсорскими активами и программами - зачёт в форме устного опроса.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2 Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Ключевой/промежуточный индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-3.2 Способен использовать методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Использует методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Владеет навыками планирования приносящей доход деятельности; способами внутреннего контроля за финансовой деятельностью; методами финансового менеджмента.
ПКс-4.3 Способен формировать и реализовывать конкурентоспособную стратегию развития в спортивной индустрии	Формирует и реализовывает конкурентоспособную стратегию развития в спортивной индустрии	Проведен самостоятельный анализ конкурентной среды. Умеет разрабатывать конкурентоспособную корпоративную стратегию развития.
ПКс-7.2 Способен принимать решения и подписывать локальные нормативные акты организации, необходимые для реализации прогнозных и текущих планов	Принимает решения и подписывает локальные нормативные акты организации, необходимые для реализации прогнозных и текущих планов	Учитывает основные современные концепции и принципы выработки управленческого решения; статистические и количественные методы решения организационно – управленческих задач; методологические подходы к оценке эффективности управленческих решений и риски предпринимательской деятельности при реализации прогнозных и текущих планов и подписании локальных нормативных актов.
ПКс-8.2 Способен выполнять анализ финансово-хозяйственных планов и планов подготовки спортивного и технологического оборудования, спортивных сооружений или объектов спорта к проведению физкультурных, спортивных, массовых мероприятий с целью определения их реалистичности, соблюдения в планах требований собственника, в том числе по достижению целевых показателей, а также соответствия целям и	Выполняет анализ финансово-хозяйственных планов и планов подготовки спортивного и технологического оборудования, спортивных сооружений или объектов спорта к проведению физкультурных, спортивных, массовых мероприятий с целью определения их реалистичности, соблюдения в планах требований собственника, в том числе по достижению целевых показателей, а также соответствия целям и	Грамотно контролирует качество осуществления экономической деятельности в области физической культуры и спорта. Выполняет анализ деятельности и планов с применением современных методов управления. Умеет определить затраты по организационному, ресурсному, методическому, информационному, научному сопровождению физической культуры и спорта. На высшем уровне управляет содержанием, сроками реализации проектов в области

спортивных, массовых мероприятий с целью определения их реалистичности, соблюдения в планах требований собственника, в том числе по достижению целевых показателей, а также соответствия целям и задачам организации	задачам организации	физической культуры и спорта.
--	---------------------	-------------------------------

Примерные вопросы для подготовки к зачёту

Вопросы для подготовки к зачету.

1. Определение, цели и задачи спортивного спонсорства.
2. Классификация спонсорства: титульное, техническое, медийное и др.
3. Рынок спортивного спонсорства: глобальные тренды и российская специфика.
4. Спонсорство как часть интегрированных маркетинговых коммуникаций.
5. Юридические и этические аспекты спонсорской деятельности.
6. Портфель спонсорских активов: медийные, цифровые, ивент-активы, предпочтения.
7. Методы оценки стоимости спонсорских активов: Метод сопоставимой рыночной стоимости.
8. Метод медиа ценности.
9. Метод оценки на основе достижения бизнес-целей спонсора.
10. Бренд-интеграция и позиционирование активов.
11. Технологии презентации активов (спонсорские досье, медиа киты).
12. Цикл управления спонсорской программой: Анализ потребностей спонсора.
13. Разработка индивидуальной программы.
14. Переговоры и заключение контракта.
15. Реализация и активация.
16. Отчетность и оценка.
17. Ключевые элементы спонсорского контракта: права, обязанности, ограничения.
18. Управление взаимоотношениями со спонсором (спонсорский сервис).
19. Кросс-функциональное взаимодействие внутри организации.
20. Стратегии активации: медийная, цифровая, ивент-активация.
21. Интеграция спонсорства с другими маркетинговыми инструментами.
22. Создание уникального спонсорского опыта.
23. Цифровые инструменты активации: AR/VR, социальные сети, мобильные приложения.
24. Работа с амбассадорами и спортсменами в рамках спонсорских программ.
25. Методы оценки эффективности спонсорских программ: Метрики медиа воздействия (GRP, охват, частота).
26. Метрики вовлеченности.
27. Метрики бизнес-результатов (узнаваемость, лояльность, продажи).
28. Расчет возврата на инвестиции (ROI) и возврата на цели (ROO).
29. Инструменты аналитики и сбора данных.
30. Пост-спонсорский анализ и формирование рекомендаций.
31. Кейсы успешных и неудачных спонсорских программ-стоимость бренда

Шкала оценивания

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с положением об организации в Академии промежуточной аттестации и порядке зачета результатов пройденного обучения (утверждено Приказом от 03 июня 2025 года N 02-998) в форме собеседования по вопросам.

При реализации промежуточной аттестации могут быть использованы следующие формы:

1. Устно - в форме устного ответа на теоретические вопросы.
2. Письменно с применением дистанционных образовательных технологий на базе ЭИОС Академии - в форме письменного ответа на теоретические вопросы.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает на зачете, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.

Знает основы экономики спорта. Применяет методы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурно-спортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Зачёт по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 Управление спонсорскими активами и программами проводится в строгом соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС, в устной и письменной формах.

Студент допускается к зачету по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся по вопросам, готовятся к практическим занятиям, осуществляют подготовку к зачету.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме эссе, диспута, опроса, доклада и эссе по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

– результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий на опросах, диспутах, эссе, докладов, защите домашнего задания.

Зачеты организуются в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность зачета для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Зачет не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Зачет проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 30-40 минут. При явке на зачет обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время зачета обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Зачёт пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Оценивание работы студента на практических занятиях осуществляется по следующим критериям:

– «Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

– «Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

– «Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

– «Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями.

Оценка студента носит комплексный характер и определяется его:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период.

Критерии оценивания устного ответа

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания включают в себя: 1) полноту и правильность ответа; 2) степень осознанности, понимания изученного; 3) языковое оформление ответа

– Оценка «отлично» ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

– Оценка «хорошо» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

– Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

– Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Диспут – это способ рассмотреть реальную управленческую ситуацию в форме дискуссии, обсуждения. Предполагает анализ информации в изучаемом объекте, постановку проблемы, поиск решений, составление (отбор) предлагаемых путей решения проблемы, формирование цели в виде программы (действий). Данный метод привязывает дискуссию к реальным фактам, с которыми участникам в той или иной мере доведется иметь дело на практике. Диспут позволяет студентам осмыслить механизм и средство решения актуальных проблем, попробовать себя в роли менеджера, руководителя, ответственного за принятие решений. Диспут не ограничивается лишь совместным обсуждением проблемы в учебной аудитории, предполагает реализацию следующих шагов:

- индивидуальную подготовку участников к обсуждению конкретной ситуации (сбор информации) по обсуждаемой проблеме;
- предварительное неформальное обсуждение в активной группе одноклассников (однокурсников);
- обсуждение под руководством преподавателя.

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 «Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и

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

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по практическим занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к опросу представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) для проведения опроса;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад должен быть представлен в письменной форме преподавателю и изложен устно во время занятия. Структура доклада включает:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;

–обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;

–намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.

2. Основное содержание доклада:

– последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Текст доклада должен быть построен в соответствии с регламентом предстоящего выступления: не более десяти минут.

Методические рекомендации по подготовке эссе

Эссе – это вид письменной аналитической работы небольшого объема (до 5 страниц) и свободной композиции, выражающий индивидуальную позицию по конкретному вопросу или теме. Целью написания эссе является закрепление теоретических знаний и практических навыков обучающихся, развитие их способностей к ведению полемики и аргументации выводов и заключений. При написании эссе следует:

- последовательно проанализировать проблему, затронутую в тексте (цитате);
- структурировать информацию;
- выделить причинно-следственные связи;
- четко и грамотно сформулировать собственную позицию;
- использовать основные термины и понятия;
- обосновать заключения соответствующими примерами и данными;
- обобщить изложенные тезисы в итоговой части работы.

Текст эссе представляется преподавателю и является основой для дальнейшего обсуждения.

Методические рекомендации по самостоятельной работе

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему и итоговому контролю.

Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с аутентичными текстами и лексико-грамматическим материалом, методологии изучения предметной специфики курса

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены магистрантами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы магистрантов над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на контрольные вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый магистрант обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в методическом пособии вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях или индивидуальных консультациях с ведущим преподавателем.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебной и научной литературы, нормативных

документов, данных научных исследований, материалов интернет-источников, а также подготовку реферата, выполнение письменного задания, к опросам на занятиях и к зачету. Рекомендации по научной литературе, информационным источникам и учебно-методическому обеспечению самостоятельной работы содержатся в разделе 6 данной РПД.

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, 2022. — 284 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12861-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495816> (дата обращения: 12.05.2025).
2. Ромашко, Т. В. Фандрейзинг, спонсорство и благотворительность : Учебно-методическое пособие для вузов / Т. В. Ромашко. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-8114-8978-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/186023> (дата обращения: 12.05.2025).
3. Солнцев И.В., Джендубаева С. А., Жданкин С. Н. [и др.]; под ред. И.В. Солнцева. Менеджмент и маркетинг в спорте: Учебник для вузов, Москва:Прометей, 2024 - 544 с.
4. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта : учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17692-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533551> (дата обращения: 12.05.2025).

7.2. Дополнительная литература

5. Колчина, Н. В. Финансы организаций: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению подготовки «Финансы и кредит» / Н. В. Колчина, О. В. Португалова. — 6-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 399 с. — ISBN 978- 5-238-02810-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71068.html>
6. Кулиненков, О. С. Биохимия в практике спорта / О. С. Кулиненков, И. А. Лапшин. — 2-е изд. — М. : Издательство «Спорт», 2019. — 182 с. — ISBN 978-5-9500184- 2-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88466.html>

7.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация

- Конституция РФ
- Закон РФ "Об образовании"
- Гражданский кодекс РФ

7.4 Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Электронная библиотечная система «IPRbooks» <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» <https://znanium.com/catalog/books/theme>
- Электронная библиотечная система «Юрайт» <https://urait.ru/>
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5 Иные источники

<http://www.md-management.ru/> - «MD-Менеджмент»: все об управлении

<http://www.bpm-online.ru/> - все об управлении бизнес-процессами, стратегией, финансами, персоналом, маркетингом.

<http://www.kmtec.ru/> - технологии менеджмента знаний – Центр компетенции по технологиям менеджмента на основе знаний.

<http://www.cfin.ru/management/> - менеджмент – теория и практика фин анализа, инвестиции, менеджмент, финансы, журналы

<http://econom.nsc.ru/jep/> - Виртуальная экономическая библиотека

www.ach.gov.ru – официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации.

www.budgetrf.ru – информационно-аналитический комплекс «Бюджетная система Российской Федерации» в рамках проекта «Университетская информационная система России».

www.cbr.ru – официальный сайт Центрального банка Российской Федерации.

www.eeg.ru – сайт Экономической экспертной группы – независимого аналитического

центра по проблемам макроэкономики и государственных финансов.

www.government.ru – официальный сайт Правительства Российской Федерации.

www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.

www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы.

www.pensionreform.ru – Лаборатория пенсионной реформы.

www.roskazna.ru – официальный сайт Федерального казначейства.

www.rosfinnadzor.ru – официальный сайт Федеральной службы финансово-бюджетного надзора.

www.fedsfm.ru – официальный сайт Федеральной службы по финансовому мониторингу.

www.fpcenter.ru – Центр фискальной политики.

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

Освоение дисциплины предполагает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft PowerPoint для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Используется платформа MS Teams для проведения онлайн занятий и групповой работы,

Электронный курс (лекции, задания к семинарам, тесты, учебно-методические материалы) расположен в СДО Академии на платформе Moodle.

Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Кроме вышеперечисленных ресурсов, используются следующие информационные справочные системы: <http://www.garant.ru/>; <http://www.kodeks.ru/> и другие.

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов
4	МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
5	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
6	СДО Академии https://lms.ranepa.ru/

