

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 09.06.2026 20:49:20  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки)

Б1.В. ДЭ.03.02 Интегрированные коммуникации спортивных событий

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Управление спортивной деятельностью и организация крупных спортивных мероприятий

(наименование образовательной программы)

Очная/заочная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2026  
Санкт-Петербург

**Автор-составитель РПД:**

**Куликов Алексей Дмитриевич** к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург

**Лабудин Александр Васильевич** д.э.н., профессор Заведующий кафедрой менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург

РПД Б1.В. ДЭ.03.02 Интегрированные коммуникации спортивных событий одобрена на заседании кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС.

Протокол №8 от 02 апреля 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся
6. Формы промежуточной аттестации по дисциплине, типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. 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**

Дисциплина Б1.В.ДЭ.03.02 Интегрированные коммуникации спортивных событий обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
D/04.7 Организация закупок и обеспечение ресурсами субъекта профессионального спорта	ПКс-3	Способен использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПКс-3.2	Использует методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПКс-3.2. 3-33. Знает методы и средства проведения финансово-экономических расчетов в профессиональном спорте ПКс-3.2. У-5. Умеет вести контроль и учет затрат на обеспечение уставной деятельности субъекта профессионального спорта ПКс-3.2. У-7. Умеет контролировать целевое и эффективное расходование финансовых средств субъекта профессионального спорта
D/05.7 Управление методическим, информационным обеспечением и маркетинговой деятельностью субъекта профессионального спорта	ПКс-4	Способен оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия на основе перспективных методов системного анализа, имитационного моделирования, интеллектуального анализа данных и экспертных систем для поддержки принятия	ПКс-4.1	Проводит системный анализ и диагностику внешней и внутренней среды предприятия спортивной индустрии, организует сбор и обработку данных (включая статистический и интеллектуальный анализ) для выявления рыночных возможностей и угроз	ПКс-4.1. 3-6. Знает законодательство Российской Федерации в сфере регулирования рекламной деятельности ПКс-4.1. У-5. Умеет применять инструменты интернет-маркетинга, включая взаимодействие в социальных сетях и маркетинг в социальных сетях ПКс-4.1. У-9. Умеет применять методы мониторинга удовлетворенности граждан, включая болельщиков
			ПКс-4.2	Разрабатывает и обосновывает конкурентоспособную	ПКс-4.2. У-8. Умеет использовать методы и технологии оценки качества, результативности и эффективности маркетинговой деятельности субъекта

		стратегическ их решений		маркетинговую стратегию развития в спортивной индустрии на основе результатов системного анализа и с применением методов поддержки принятия решений	профессионального спорта ПКс-4.2. 3-26. Знает технологии интернет-маркетинга в профессиональном спорте
			ПКс-4.3.	Применяет современные CASE-средства, технологии имитационного моделирования и экспертные системы для проектирования автоматизирован ных систем, формализованны х задач и визуализации стратегических решений в профессиональн ой деятельности	ПКс-4.3. У-7. Умеет обеспечивать организацию электронного документооборота субъекта профессионального спорта ПКс-4.3. У-15. Умеет проводить промоакции и маркетинговые мероприятия с участием спортсменов и медиаперсон для продвижения интересов субъекта профессионального спорта во внешней среде, включая информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" ПКс-4.3. 3-24. Знает методики формирования бизнес-моделей и маркетинговых стратегий в профессиональном спорте
D/02.7 Организация тренировочной, соревновательной и воспитательной деятельности и воспитательной работы в субъекте профессиональн ого спорта	ПКс-5	Способен руководить аналитическо й и методической деятельность ю в области физической культуры и спорта, включая разработку текущих и перспективн ых планов работы, формировани е информацион ных и аналитически	ПКс-5.1	Обеспечивает информационно- аналитическую поддержку планирования в сфере физической культуры и спорта: осуществляет выбор методов хранения и анализа данных, оценивает их достоверность и полезность для разработки планов	ПКс-5.1. У-1. Умеет анализировать и оценивать текущие планы и графики тренировочной, соревновательной деятельности и воспитательной работы в субъекте профессионального спорта ПКс-5.1. 3-24. Знает методы организации планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности субъекта профессионального спорта
			ПКс-5.2	На основе статистического и	ПКс-5.2. У-4. Умеет обеспечивать проведение плановых, программных, проектных мероприятий в субъекте

		х документов, характеризующих состояние, перспективы и тенденции развития исследуемой области, а также обрабатывать и представлять экспериментальные данные для обоснования целевых показателей		интеллектуально го анализа данных, имитационного моделирования и экспертных систем выявляет тенденции развития социально-экономических процессов в спорте, разрабатывает прогнозы и варианты решений для формирования перспективных планов	профессионального спорта, в том числе определять объемы и содержание производственных заданий подразделений субъекта профессионального спорта, субподрядных организаций, профессиональные и квалификационные требования к их выполнению ПКс-5.2. 3-29. Знает требования к оформлению, порядок согласования и утверждения локальных, распорядительных документов, регулирующих деятельность субъекта профессионального спорта
			ПКс-5.3	Принимает управленческие решения, утверждает текущие и перспективные планы работы, а также подписывает локальные нормативные акты, необходимые для реализации утвержденной стратегии развития в области физической культуры и спорта	ПКс-5.3. У-8. Умеет разрабатывать локальные распорядительные документы субъекта профессионального спорта по вопросам организации деятельности ПКс-5.3. 3-30. Знает состав плановых показателей тренировочной, соревновательной деятельности субъекта профессионального спорта
D/03.7 Организация привлечения специалистов, тренеров и спортсменов по виду профессионального спорта	ПКс-6	Способен к руководству комплексной деятельностью в области физической культуры и спорта, использовать эффективные подходы к управлению	ПКс-6.2	Выполняет анализ финансово-хозяйственных планов и планов подготовки спортивного и технологического оборудования, спортивных сооружений или объектов спорта	ПКс-6.2. 3-33. Знает методы и средства определения баланса расходов и доходов при ротации кадров ПКс-6.2. У-10. Умеет анализировать и сопоставлять доходы и расходы при ротации кадров и оценивать эффективность привлечения специалистов, тренеров и спортсменов по виду профессионального спорта

		персоналом, задействованном в осуществлении комплексной деятельности и осуществлять руководство комплексной деятельности в индустрии 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	
--	--	---	--	--	--

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

*2.1. Очная форма:* Общий объем дисциплины: 3,00 з.е., 108 ак. час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 24 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 6 ак.час на лекции и 16 ак.час на практические занятия. 82 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В. ДВ.03.02 Интегрированные коммуникации спортивных событий реализуется в 3-м семестре 2-го курса после изучения дисциплин:

- Методы исследований в менеджменте;

- Современный менеджмент. Управление жизненным циклом спортивного события  
Стратегическое партнерство и развитие ресурсной базы в спорте  
Управление спросом на основе поведенческих моделей

*2.2. Заочная форма:* Общий объем дисциплины: 3,00 з.е., 108 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 12 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 6 ак.час на лекции и 6 ак.час на практические занятия. 92 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В. ДЭ.03.02 Интегрированные коммуникации спортивных событий реализуется на летней сессии 2-го курса после изучения дисциплин:

«Методы исследований в менеджменте»; «Современный менеджмент».

«Управление жизненным циклом спортивного события». «Стратегическое партнерство и развитие ресурсной базы в спорте». «Управление спросом на основе поведенческих моделей».

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы  
Дисциплина Б1.В.ДЭ.03.02 «Интегрированные коммуникации спортивных

событий» 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.ДЭ.03.02 «Интегрированные коммуникации спортивных событий» 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. 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 8 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, доклада, тестирование.

Формой промежуточной аттестации является зачёт.

### 3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

#### 3.1. Структура дисциплины (модуля)

*Очная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕ ГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат.тэк	Контр.оль	СРкр	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Интегрированные маркетинговые коммуникации в спорте.	38	2		8	0	0	0	0	0	0	0	28	Д.Т.	
Тема 2	Событийный маркетинг и методы стимулирования сбыта в	33	2		4	0	0	0	0	0	0	0	27	Д.Т.	

	спортивной индустрии													
Тема 3	PR-коммуникации в интегрированном маркетинговом комплексе	33	2			4	0	0	0	0	0	0	27	Д.Т.*
Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	Зачет
<b>Итого</b>		108	6	0	0	16	0	0	0	4	0	0	82	

*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 Зачетом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период сессий

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

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к Зачету-

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

\*Примечание: Доклад; Тестирование;

*Заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час		Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			
			Период теоретического обучения	Период промежуточной аттестации		

							(сессия)					аттестации			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	К о н т р о л ь		СРкр	СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Интегрированны е маркетинговые коммуникации в спорте	35	2		2	0	0	0	0	0	0	0	31	Д.Т.*	
Тема 2	Событийный маркетинг и методы стимулирован ия сбыта в спортивной индустрии	35	2		2	0	0	0	0	0	0	0	31	Д.Т.*	
Тема 3	PR- коммуникации в интегрированн ом маркетинговом комплексе	34	2		2	0	0	0	0	0	0	0	30	Д.Т.*	

Промежуточная аттестация	4	0	0	0	0	0		0	4	0	0	0	Зачет
<b>Итого</b>	108	6	0	0	6	0		0	4	0	0	92	

*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 Зачетом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период сессий

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

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к Зачету-

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

\*Примечание: Доклад; Тестирование; Кейс

### 3.2. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации в спорте. ПКс-3.2; ПКс-4.1; ПКс-4.2; ПКс-4.3; ПКс-5.1; ПКс-5.2; ПКс-5.3; ПКс-6.2**

Концепция ИМК: единство голоса, образа и сообщения на всех точках контакта с аудиторией. От «маркетингового микса» к «коммуникационному миксу». Модель 5R (Relevance, Receptivity, Response, Recognition, Relationship) в спорте. Целевые аудитории спортивного бренда: фанаты, спонсоры, СМИ, местное сообщество, органы власти, внутренняя аудитория. Разработка коммуникационной стратегии: от анализа ситуации (SWOT, PEST) к постановке целей (SMART) и выбору каналов.

Управление брендом спортивной организации (клуб, лига, событие): позиционирование, архитектура бренда, бренд-активы. Интеграция digital и offline-каналов: создание единого потребительского пути (customer journey). Измерение эффективности ИМК: KPI и ROI коммуникаций (охват, вовлеченность, лояльность, конверсия).

Бюджетирование и оптимизация расходов на маркетинговые коммуникации.

#### **Тема 2. Событийный маркетинг и методы стимулирования сбыта в спортивной индустрии. ПКс-3.2; ПКс-4.1; ПКс-4.2; ПКс-4.3; ПКс-5.1; ПКс-5.2; ПКс-5.3; ПКс-6.2**

Событийный маркетинг как ядро спортивного продукта. Классификация спортивных событий (массовые, элитные, коммерческие, зрелищные) и их маркетинговые цели. Создание и продвижение «live-опыта»: работа с эмоциями фаната на стадионе и за его пределами. Методы стимулирования сбыта (Sales Promotion): цели и инструменты для разных аудиторий. Стимулирование потребителей (B2C): промокоды, мерчандайзинг, специальные билетные пакеты, конкурсы, встречи с атлетами.

Стимулирование партнеров и дистрибуции (B2B): программы лояльности для корпоративных клиентов, бонусы для тур-операторов, условия для ритейлеров мерча. Стимулирование внутренней аудитории и команды: мотивационные программы для сотрудников и игроков. Интеграция акций продвижения в общую коммуникационную стратегию. Оценка эффективности: краткосрочный рост продаж vs. долгосрочное влияние на бренд. Кейсы успешных и провальных промо-кампаний в спорте.

#### **Тема 3. PR-коммуникации в интегрированном маркетинговом комплексе спорта ПКс-3.2; ПКс-4.1; ПКс-4.2; ПКс-4.3; ПКс-5.1; ПКс-5.2; ПКс-5.3; ПКс-6.2**

Роль PR в формировании репутации и управлении отношениями. Отличие PR от рекламы и пропаганды. Инструменты PR в спорте: работа со СМИ (пресс-релизы, конференции, media-туры), организация мероприятий (дни открытых дверей, благотворительные акции), внутренний PR, кризисные коммуникации. Спонсорство

как симбиоз маркетинга и PR: оценка активов, активация партнерств, измерение медиа-эффекта.

Работа с цифровой репутацией и социальными медиа: community management, работа с инфлюэнсерами и блогерами. Кризисные коммуникации в спорте: протоколы действий при скандалах, doping-случаях, хулиганстве фанатов, травмах звезд.

Взаимодействие с государственными структурами и местным сообществом (GR & CR). Измерение эффективности PR: медиа-анализ (AVE, tonality), мониторинг упоминаний, социологические опросы. Интеграция PR-сообщений в рекламные кампании и активности в социальных сетях. Формирование долгосрочного нематериального актива — доверия к бренду.

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

4.1. Оценочные материалы по дисциплине РПД Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы Дисциплина Б1.В.ДЭ.03.02 «Интегрированные коммуникации спортивных событий» 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.ДЭ.03.02 «Интегрированные коммуникации спортивных событий» 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.

По дисциплине осуществляется текущий контроль в виде устного опроса, доклада. Формой промежуточной аттестации является зачёт. входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и

уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных вариантов	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца, верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных вариантов	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать несколько правильных ответов.</li> <li>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</li> <li>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</li> <li>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание	Прочитайте	1. Внимательно прочитать текст задания и понять	Ответ считается

открытого типа с развернутым ответом	текст и запишите развернутый обоснованный ответ	суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3.Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.
--------------------------------------	---	---	--

#### 4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

### 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины РПД Б1.В.ДЭ.03.02 Интегрированные коммуникации спортивных событий используются следующие формы

текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

доклад, тестирование,

**Тема 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации в спорте.  
ПКс-3.2; ПКс-4.1; ПКс-4.2; ПКс-4.3; ПКс-5.1; ПКс-5.2; ПКс-5.3; ПКс-6.2**

**Тематика докладов:**

3. От матча к бренду: построение комплексной коммуникационной стратегии для нового спортивного клуба.
4. «Единый голос команды»: как обеспечить интеграцию сообщений на всех платформах (соцсети, сайт, стадион, СМИ).
5. Модель 5R в действии: от вовлечения фанатов к построению долгосрочных отношений (на примере футбольного клуба).
6. Бюджет под вопросом: методики расчета и оптимизации затрат на маркетинговые коммуникации в условиях ограниченных ресурсов.
7. От поля к экрану: проектирование единого customer journey для болельщика (от покупки билета до пост-матчевого контента).
8. Цифра vs Традиция: поиск баланса в коммуникационном миксе для привлечения разных поколений фанатов.
9. Позиционирование в кризисе: как меняется стратегия бренда спортивной организации при смене тренера или вылете из лиги.
10. Как измерить «нематериальное»: KPI для оценки лояльности фанатов и репутационного капитала клуба.
11. Архитектура бренда спортивной федерации: управление коммуникациями между основной лигой, молодежными турнирами и массовыми мероприятиями.
12. Внутренний маркетинг как часть ИМК: коммуникационная стратегия для вовлечения сотрудников и игроков в продвижение бренда.

**Тестовые задания:**

**1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа**

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Текст задания:

Спортивная организация планирует внедрение системы динамического ценообразования на билеты. Какой показатель является наиболее релевантным для оценки финансовой эффективности данной цифровой инициативы с точки зрения ROI?

Варианты ответов:

1. Рост числа подписчиков в социальных сетях клуба
2. Увеличение средней выручки на одного проданного билета (ARPU) по сравнению с фиксированными ценами
3. Количество установок мобильного приложения стадиона

4. Снижение времени обслуживания болельщика на входе

2. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие между методами оценки эффективности цифровых проектов (список 1) и их характеристиками (список 2).

Текст задания:

Сопоставьте метод оценки инвестиций в цифровую трансформацию (А–Г) с его описанием (1–4).

Список 1 (Методы):	Список 2 (Характеристики):
А) Дисконтированный срок окупаемости (DPP)	1. Показывает, за какой период проект окупается с учётом стоимости капитала
Б) Чистая приведённая стоимость (NPV)	2. Превышение дисконтированных денежных притоков над оттоками; если $>0$ – проект принимается
В) Внутренняя норма доходности (IRR)	3. Ставка дисконтирования, при которой $NPV=0$ ; чем выше, тем привлекательнее проект
Г) Коэффициент возврата маркетинговых инвестиций (ROMI)	4. Отношение прироста выручки от цифровой инициативы к затратам на неё (часто используется для маркетинговых IT-проектов)

3. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция: Прочитайте текст, выберите все правильные ответы (от 2 до 4).

Текст задания:

При стратегическом планировании крупного спортивного мероприятия (например, чемпионата мира) с использованием цифровых инструментов управления доходами, какие из перечисленных действий относятся к методам монетизации данных? Выберите верные варианты.

Варианты ответов:

1. Продажа обезличенных данных о перемещениях зрителей на стадионе рекламным партнёрам
2. Использование билетной системы для предложения персонализированных скидок на мерч во время матча
3. Установка турникетов с распознаванием лиц для контроля доступа

4. Предоставление спонсорам дашбордов с поведенческими сегментами болельщиков за дополнительную плату

5. Покупка нового сервера для хранения видеоархивов матчей

4. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов бюджетирования цифрового проекта в спортивной организации.

Текст задания:

Расположите этапы финансового планирования внедрения системы предиктивной аналитики для прогнозирования посещаемости в правильном порядке (от первого к последнему).

Варианты (буквы):

А) Согласование бюджета с советом директоров и утверждение

Б) Оценка совокупной стоимости владения (ТСО) и расчёт ROI

В) Формирование перечня затрат (лицензии, персонал, инфраструктура)

Г) Идентификация бизнес-потребностей и целей цифровой инициативы

Д) Пост-реализационный аудит и корректировка планов

5. Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Текст задания:

Спортивный клуб рассматривает два цифровых проекта:

• Проект X: внедрение CRM для болельщиков. Стоимость – 5 млн руб., ожидаемый ежегодный прирост выручки от продаж – 1,2 млн руб. Срок жизни – 5 лет.

• Проект Y: внедрение системы динамического ценообразования. Стоимость – 8 млн руб., ожидаемый ежегодный прирост выручки – 2,5 млн руб. Срок жизни – 4 года.

Ставка дисконтирования – 10%. Требуется выбрать проект, основываясь на чистой приведённой стоимости (NPV).

Варианты ответов:

1. Проект X
2. Проект Y
3. Оба проекта имеют одинаковый NPV
4. Недостаточно данных для расчёта

**Тема 2. Событийный маркетинг и методы стимулирования сбыта в спортивной индустрии. ПКс-3.2; ПКс-4.1; ПКс-4.2; ПКс-4.3; ПКс-5.1;**

## **ПКс-5.2; ПКс-5.3; ПКс-6.2**

### **Тематика докладов:**

1. «Больше, чем игра»: проектирование live-опыта на матче для превращения зрителя в преданного фаната.
2. Тактика продаж в перерыве: эффективные методы стимулирования сбыта мерчандайза и премиум-билетов на арене.
3. Провал как урок: анализ неудачных промо-акций в спорте и их влияние на репутацию бренда.
4. B2B-партнерство в спорте: программы лояльности и стимулы для корпоративных клиентов и спонсоров.
5. Массовый спорт как коммерческий продукт: маркетинговая стратегия и стимулирование участников городского марафона.
6. От скидки к ценности: как создать программу лояльности для сезонных абонементов, которая работает на долгосрочную перспективу.
7. Стимулирование внутренней команды: как мотивационные программы для сотрудников влияют на качество обслуживания болельщиков.
8. Опыт за пределами стадиона: организация и продвижение фанатских фестивалей и public viewing как часть событийного маркетинга.
9. Элитный доступ: стратегия стимулирования и создания эксклюзивного опыта для VIP-гостей и владельцев skyboxes.
10. Краткосрочный всплеск vs долгосрочный имидж: методика оценки эффективности промо-кампаний в спорте.

### **Тестовые задания:**

#### **1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа**

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Текст задания:

Спортивная организация внедряет стратегический план развития на 5 лет. Какой показатель является наиболее релевантным для оценки эффективности стратегического менеджмента с точки зрения ROI?

Варианты ответов:

1. Рост числа подписчиков в социальных сетях клуба
2. Увеличение доли рынка (market share) по сравнению с конкурентами
3. Количество установок мобильного приложения стадиона
4. Снижение времени обслуживания болельщика на входе

#### **2. Задание закрытого типа на установление соответствия**

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие между инструментами стратегического и операционного менеджмента (список 1) и их характеристиками (список 2).

Текст задания:

Сопоставьте метод оценки деятельности маркетинговой службы спортивной организации (А–Г) с его описанием (1–4).

Список 1 (Методы):	Список 2 (Характеристики):
<p>А) Карта стратегических целей (BSC)</p> <p>Б) Анализ SWOT</p> <p>В) Lean-подход в операционном менеджменте</p> <p>Г) KPI-система операционного контроля</p>	<p>1. Идентификация сильных/слабых сторон, возможностей/угроз для стратегического планирования</p> <p>2. Сбалансированная система показателей по четырём перспективам: финансы, клиенты, процессы, обучение</p> <p>3. Устранение потерь и оптимизация операционных процессов (например, логистика на стадионе)</p> <p>4. Измеримые индикаторы для мониторинга выполнения операционных задач (например, время обслуживания)</p>

3. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция: Прочитайте текст, выберите все правильные ответы (от 2 до 4).

Текст задания:

При интеграции стратегического и операционного менеджмента в спортивной организации, какие из перечисленных действий относятся к методам реализации стратегии? Выберите верные варианты.

Варианты ответов:

1. Разработка операционных регламентов для персонала стадиона
2. Каскадирование стратегических целей на уровень отделов через KPI
3. Установка турникетов с распознаванием лиц для контроля доступа
4. Проведение ежемесячного анализа отклонений по операционным показателям
5. Покупка нового сервера для хранения видеоархивов матчей.

4. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов стратегического и операционного менеджмента.

Текст задания:

Расположите этапы планирования развития спортивной инфраструктуры

в правильном порядке (от первого к последнему).

Варианты (буквы):

А) Согласование бюджета с советом директоров и утверждение

Б) Оценка операционной эффективности (ТСО) и расчёт ROI

В) Формирование операционного бюджета (персонал, инфраструктура, обслуживание)

Г) Пост-реализационный аудит и корректировка стратегии/операций

5. Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Текст задания:

Спортивный клуб рассматривает два проекта по стратегическому и операционному менеджменту:

• Проект X: внедрение BSC для стратегического контроля. Стоимость – 5 млн руб., ожидаемый ежегодный эффект (снижение рисков + рост выручки) – 1,2 млн руб. Срок жизни – 5 лет.

• Проект Y: оптимизация операционных процессов (lean на стадионе). Стоимость – 8 млн руб., ожидаемый ежегодный эффект (снижение затрат + рост выручки) – 2,5 млн руб. Срок жизни – 4 года.

Ставка дисконтирования – 10%. Требуется выбрать проект, основываясь на чистой приведённой стоимости (NPV).

Варианты ответов:

1. Проект X
2. Проект Y
3. Оба проекта имеют одинаковый NPV
4. Недостаточно данных для расчёта

Контрольное задание по теме

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Текст (кейс)

Футбольный клуб «Торнадо» (выступает в премьер-лиге) решил внедрить единую цифровую CRM-платформу для работы с болельщиками. Ранее данные о посещаемости, покупке билетов и мерча, активности в соцсетях хранились в разрозненных Excel-файлах и Google-таблицах. Клуб выбрал agile-подход с командами по Scrum, назначив Product Owner – начальника отдела маркетинга, а Scrum Master – IT-директора.

Через 2 месяца после старта проекта возникли проблемы:

• Тренерский штаб отказался передавать данные о травмах и восстановлении игроков в общую базу, ссылаясь на врачебную тайну и недоверие к IT-системе.

- Кассиры стадиона (внештатные сотрудники) продолжали работать по старым бумажным схемам, так как новый интерфейс показался им сложным.
- Партнеры клуба (спонсоры) потребовали немедленного доступа к аналитике болельщиков, не дожидаясь завершения тестирования платформы.
- Команда разработки срывала спринты из-за постоянных изменений требований от маркетинга (Product Owner добавлял новые «фичи» без приоритизации).

Вопрос (требуется развернутый обоснованный ответ)

Опишите программу организационного развития по преодолению сопротивления изменениям и настройке проектного управления в клубе «Торнадо». В ответе обязательно:

1. Назовите не менее трех групп стейкхолдеров и для каждой предложите метод вовлечения / снятия сопротивления.
2. Предложите корректировки в ролевой модели Scrum с учетом спортивной специфики (укажите, какие роли нужно добавить или изменить).
3. Сформулируйте два ключевых KPI для оценки устойчивости внедрения CRM-платформы через 3 месяца после запуска.
4. Обоснуйте, почему выбранная agile-методология (Scrum) требует доработки в условиях спортивного клуба с сезонным календарем.

**Тема 3. PR-коммуникации в интегрированном маркетинговом комплексе спорта ПКс-3.2; ПКс-4.1; ПКс-4.2; ПКс-4.3; ПКс-5.1; ПКс-5.2; ПКс-5.3; ПКс-6.2**

**Тематика докладов**

1. Репутация под ударом: протокол действий PR-службы в кризисной ситуации (на примере допинг-скандала).
2. Спонсорство как инструмент PR: кейс успешной интеграции и активации партнерства (на примере конкретного клуба и бренда).
3. Цифровая репутация спортсмена: роль PR-специалистов в управлении имиджем атлета в социальных медиа.
4. От скандала к доверию: долгосрочная PR-стратегия восстановления репутации спортивной организации после кризиса.
5. Работа с инфлюенсерами и блогерами: новая реальность спортивного PR. Эффективность vs риски.
6. GR (Government Relations) в спорте: построение коммуникаций с органами власти для получения поддержки и реализации проектов.
7. Благотворительность как основа корпоративной социальной ответственности (CSR) и инструмент укрепления репутации спортивного клуба.
8. Внутренний PR: формирование корпоративной культуры и управление коммуникациями внутри спортивной организации.
9. Битва за эфир: современные методы работы со спортивными СМИ в

условиях цифровизации и сокращения внимания.

10. Как оценить бесценное? Современные метрики и инструменты для измерения эффективности PR-деятельности

**Тестовые задания:**

**1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа**

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Текст задания:

Маркетинговая служба спортивной организации планирует реорганизацию для повышения эффективности продвижения бренда клуба. Какой показатель является наиболее релевантным для оценки организационной эффективности данной инициативы с точки зрения ROI?

Варианты ответов:

1. Рост числа подписчиков в социальных сетях клуба
2. Увеличение средней выручки на одного проданного билета (ARPU) по сравнению с фиксированными ценами
3. Количество установок мобильного приложения стадиона
4. Снижение времени обслуживания болельщика на входе

**2. Задание закрытого типа на установление соответствия**

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие между методами оценки эффективности маркетинговой службы (список 1) и их характеристиками (список 2).

Текст задания:

Сопоставьте метод оценки деятельности маркетинговой службы спортивной организации (А–Г) с его описанием (1–4).

Список 1 (Методы):	Список 2 (Характеристики):
А) Дисконтированный срок окупаемости (DPP)	1. Показывает, за какой период маркетинговая кампания окупается с учётом стоимости капитала
Б) Чистая приведённая стоимость (NPV)	2. Превышение дисконтированных доходов от маркетинга над затратами; если $>0$ – проект принимается
В) Внутренняя норма доходности (IRR)	3. Ставка дисконтирования, при которой $NPV=0$ ; чем выше, тем привлекательнее маркетинговый проект
Г) Коэффициент возврата маркетинговых инвестиций (ROMI)	4. Отношение прироста выручки от маркетинговой инициативы к

	затратам на неё (часто используется для промо-компаний в спорте)
--	--

### 3. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция: Прочитайте текст, выберите все правильные ответы (от 2 до 4).

Текст задания:

При организации деятельности маркетинговой службы спортивного клуба с использованием цифровых инструментов, какие из перечисленных действий относятся к методам сегментации и персонализации аудитории? Выберите верные варианты.

Варианты ответов:

- а) Продажа обезличенных данных о предпочтениях болельщиков спонсорам
- б) Использование CRM-системы для предложения персонализированных предложений на мерч во время матча
- в) Установка турникетов с распознаванием лиц для контроля доступа
- г) Предоставление партнёрам дашбордов с поведенческими сегментами болельщиков за дополнительную плату
- д) Покупка нового сервера для хранения архивов рекламных материалов.

### 4. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов бюджетирования маркетингового проекта в спортивной организации.

Текст задания:

Расположите этапы финансового планирования организации маркетинговой кампании по привлечению спонсоров в правильном порядке (от первого к последнему).

Варианты (буквы):

- А) Согласование бюджета с советом директоров и утверждение
- Б) Оценка совокупной стоимости владения (ТСО) и расчёт ROI
- В) Формирование перечня затрат (лицензии, персонал, инфраструктура)
- Г) Идентификация бизнес-потребностей и целей маркетинговой инициативы
- Д) Пост-реализационный аудит и корректировка планов

### 5. Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Текст задания:

Маркетинговая служба спортивного клуб рассматривает два проекта по организации деятельности:

• Проект X: внедрение CRM для управления лояльностью болельщиков. Стоимость – 5 млн руб., ожидаемый ежегодный прирост выручки от продаж – 1,2 млн руб. Срок жизни – 5 лет.

• Проект Y: запуск омниканальной маркетинговой платформы. Стоимость – 8 млн руб., ожидаемый ежегодный прирост выручки – 2,5 млн руб. Срок жизни – 4 года.

Ставка дисконтирования – 10%. Требуется выбрать проект, основываясь на чистой приведённой стоимости (NPV).

Варианты ответов:

1. Проект X
2. Проект Y
3. Оба проекта имеют одинаковый NPV
4. Недостаточно данных для расчёта

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек): приведены в п.6.2.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,2	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

**КТ – 1.****Тема 1.**Доклад.Тестирование**КТ – 2.****Тема 2.**Доклад.Тестирование**КТ – 3.****Тема 3.**ДокладТестирование.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

*1. Критерии оценивания доклада:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

*2. Критерии оценивания тестирования:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Количество правильных ответов	0	Количество правильных ответов менее 55%
	25	Количество правильных ответов от 55% до 64%
	50	Количество правильных ответов от 65% до 74%
	75	Количество правильных ответов от 75% до 84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

## **6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине**

### **6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.**

Зачет проводится в письменной форме. Обучающийся получает билет с вариантами 2-х заданий различного типа. На выполнение заданий дается 40-60 минут. По завершении подготовки необходимо представить ответы в письменном виде, подробно изложив ход выполнения задания, сделать выводы (*при необходимости*).

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ - в форме обоснованных ответов на задания различного типа; письменно в СДО - в форме письменного решения заданий различного типа; тестирование в СДО.

### **6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации**

#### Вопросы для подготовки к зачету

1. Почему событийный маркетинг считается «ядром» спортивного продукта?
2. Назовите основные маркетинговые цели массового любительского забега в отличие от финала элитной лиги.
3. Какие элементы «live-опыта» на стадионе можно спроектировать для усиления эмоциональной связи фаната с клубом?
4. В чем главная цель методов стимулирования сбыта (Sales Promotion)?
5. Приведите пример B2C-стимулирования для продажи сезонных абонементов.
6. Какой инструмент B2B-стимулирования можно предложить тур-оператору,

- продающему спортивные туры?
7. Почему важно интегрировать промо-акцию (например, конкурс) в общую коммуникационную стратегию бренда?
  8. Каковы риски злоупотребления методами ценового стимулирования (скидки) для долгосрочного восприятия бренда?
  9. Как можно оценить долгосрочное влияние успешной промо-кампании на имидж клуба?
  10. Приведите ключевую причину провала промо-кампании, связанной с встречей болельщиков с атлетами.
  11. «Больше, чем игра»: проектирование live-опыта на матче для превращения зрителя в преданного фаната.
  12. Тактика продаж в перерыве: эффективные методы стимулирования сбыта мерчандайза и премиум-билетов на арене.
  13. Провал как урок: анализ неудачных промо-акций в спорте и их влияние на репутацию бренда.
  14. B2B-партнерство в спорте: программы лояльности и стимулы для корпоративных клиентов и спонсоров.
  15. Массовый спорт как коммерческий продукт: маркетинговая стратегия и стимулирование участников городского марафона.
  16. От скидки к ценности: как создать программу лояльности для сезонных абонементов, которая работает на долгосрочную перспективу.
  17. Стимулирование внутренней команды: как мотивационные программы для сотрудников влияют на качество обслуживания болельщиков.
  18. Опыт за пределами стадиона: организация и продвижение фанатских фестивалей и public viewing как часть событийного маркетинга.
  19. Элитный доступ: стратегия стимулирования и создания эксклюзивного опыта для VIP-гостей и владельцев skyboxes.
  20. Краткосрочный всплеск vs долгосрочный имидж: методика оценки эффективности промо-кампаний в спорте.
  21. В чем принципиальное различие между рекламой и PR с точки зрения формы контроля над сообщением?
  22. Назовите три ключевых инструмента работы PR-специалиста спортивной организации со СМИ.
  23. Как спонсорство сочетает в себе функции маркетинга и PR?
  24. Что такое «активация спонсорства» и почему она критически важна?
  25. Каковы три первоочередных действия PR-службы в первые часы после публичного скандала с ключевым игроком команды?
  26. Какую задачу решает внутренний PR в спортивной организации?
  27. Почему мониторинг цифровой репутации стал неотъемлемой частью современного спортивного PR?
  28. В чем заключается работа community-менеджера на официальных страницах клуба в соцсетях?
  29. Почему показатель тональности упоминаний (tonality) важнее их общего количества (AVE) при оценке эффективности PR?
  30. Как PR-мероприятие (благотворительная акция) может быть интегрировано

- в контент-план для социальных сетей и рекламную кампанию?
31. Репутация под ударом: протокол действий PR-службы в кризисной ситуации (на примере допинг-скандала).
  32. Спонсорство как инструмент PR: кейс успешной интеграции и активации партнерства (на примере конкретного клуба и бренда).
  33. Цифровая репутация спортсмена: роль PR-специалистов в управлении имиджем атлета в социальных медиа.
  34. От скандала к доверию: долгосрочная PR-стратегия восстановления репутации спортивной организации после кризиса.
  35. Работа с инфлюенсерами и блогерами: новая реальность спортивного PR. Эффективность VS риски.
  36. GR (Government Relations) в спорте: построение коммуникаций с органами власти для получения поддержки и реализации проектов.
  37. Благотворительность как основа корпоративной социальной ответственности (CSR) и инструмент укрепления репутации спортивного клуба.
  38. Внутренний PR: формирование корпоративной культуры и управление коммуникациями внутри спортивной организации.
  39. Битва за эфир: современные методы работы со спортивными СМИ в условиях цифровизации и сокращения внимания.
  40. Как оценить бесценное? Современные метрики и инструменты для измерения эффективности PR-деятельности

**Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:**

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или B).</li> </ol>	<p>Спортивный клуб выявил снижение зрительского интереса на основе анализа данных: падение повторных покупок билетов на 25% за сезон, рост числа незаполненных мест на трибунах в матчах с командами из нижней половины таблицы. Какой наиболее релевантный KPI цифровой трансформации следует в первую очередь использовать для мониторинга эффективности новой цифровой стратегии, направленной на удержание болельщиков?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Количество подписчиков клуба в Instagram</li> <li>2. Коэффициент удержания (Retention Rate) разовых покупателей билетов за 3 месяца</li> <li>3. Средняя выручка на одного болельщика (ARPU) от продажи мерча</li> <li>4. Время загрузки мобильного приложения клуба (в секундах)</li> </ol> <p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква</p> <p>При внедрении CRM-системы в спортивной организации по гибкой методологии Scrum возникло сильное</p>

			<p>сопротивление со стороны тренерского штаба. Тренеры отказываются вносить данные о физическом состоянии игроков, ссылаясь на врачебную тайну и неудобство интерфейса. Какое действие в первую очередь должен предпринять Scrum Master в соответствии с принципами управления изменениями?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Передать проблему на рассмотрение совету директоров и дождаться приказа сверху</li> <li>2. Уволить тренеров, которые отказываются работать с системой, и нанять новых</li> <li>3. Создать отдельную «песочницу» с ограниченными правами доступа, провести демонстрацию шифрования и включить старшего тренера в состав агентов изменений</li> <li>4. Заменить Scrum на каскадную модель управления проектом, чтобы усилить контроль</li> </ol> <p>Спортивная федерация рассматривает два цифровых проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Проект А (система динамического ценообразования): стоимость 6 млн руб., ежегодный денежный поток 1,8 млн руб. в течение 5 лет.</li> <li>• Проект Б (CRM для болельщиков): стоимость 4 млн руб., ежегодный денежный поток 1,2 млн руб. в течение 5 лет.</li> </ul> <p>Ставка дисконтирования – 10%. На основе чистой приведённой стоимости (NPV) какой проект следует выбрать (при условии, что проекты независимы, но бюджет позволяет реализовать только один)?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проект А, так как его NPV (0,82 млн) выше, чем NPV проекта Б (0,55 млн)</li> <li>2. Проект Б, так как его срок окупаемости (3,3 года) меньше, чем у А (3,33 года)</li> <li>3. Ни один, так как IRR обоих проектов ниже ставки дисконтирования</li> <li>4. Оба проекта, так как NPV положительны, но бюджет позволяет только один – выбрать А</li> </ol>								
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>Прочитайте текст и установите соответствие</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения,</li> </ol>	<p>Установите соответствие между методом / технологией анализа данных (список А) и его применением в стратегическом развитии спортивной организации (список Б). Запишите пары буква–цифра (например, А1, Б2, В3, Г4).</p> <p>Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца, верно сопоставлены с позициями другого)</p> <table border="1" data-bbox="863 1771 1461 2056"> <thead> <tr> <th data-bbox="863 1771 1166 1845">Список А (Методы / технологии):</th> <th data-bbox="1166 1771 1461 1845">Список Б (Применение):</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="863 1845 1166 1919">• А) Big Data (большие данные)</td> <td data-bbox="1166 1845 1461 1919">1. Визуализация ключевых показателей</td> </tr> <tr> <td data-bbox="863 1919 1166 1993">• Б) BI-системы (Power BI, Tableau)</td> <td data-bbox="1166 1919 1461 1993">и динамики продаж</td> </tr> <tr> <td data-bbox="863 1993 1166 2056">• В) Предиктивная</td> <td data-bbox="1166 1993 1461 2056">билетов для совета директоров</td> </tr> </tbody> </table>	Список А (Методы / технологии):	Список Б (Применение):	• А) Big Data (большие данные)	1. Визуализация ключевых показателей	• Б) BI-системы (Power BI, Tableau)	и динамики продаж	• В) Предиктивная	билетов для совета директоров
Список А (Методы / технологии):	Список Б (Применение):										
• А) Big Data (большие данные)	1. Визуализация ключевых показателей										
• Б) BI-системы (Power BI, Tableau)	и динамики продаж										
• В) Предиктивная	билетов для совета директоров										

		<p>свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>аналитика</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Г) RFM-анализ болельщиков</li> </ul>	<p>2.</p> <p>Прогнозирование вероятности оттока сезонных абонентов на основе их поведения за последние 6 месяцев</p> <p>3. Сбор и обработка неструктурированных данных из соцсетей, GPS-треков болельщиков на стадионе и истории просмотров трансляций</p> <p>4. Сегментация болельщиков по давности последней покупки, частоте посещений и сумме трат для персонализированных предложений</p>					
			<p>Установите соответствие между моделью / методологией управления изменениями (список А) и её характеристикой или областью применения в спортивной организации (список Б). Запишите пары буква-цифра.</p> <table border="1" data-bbox="863 1137 1461 2051"> <thead> <tr> <th data-bbox="863 1137 1161 1249">Список А (Модели / методологии):</th> <th data-bbox="1161 1137 1461 1249">Список Б (Характеристики / применение):</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="863 1249 1161 2051"> <ul style="list-style-type: none"> <li>А) Экосистемный подход</li> <li>Б) Agile-трансформация (Scrum)</li> <li>В) Платформенные решения</li> <li>Г) Управление сопротивлением изменениям (модель ADKAR)</li> </ul> </td> <td data-bbox="1161 1249 1461 2051"> <p>1. Создание единого цифрового ядра (например, клубное мобильное приложение, объединяющее билеты, мерч, трансляции) с минимальной интеграцией внешних партнеров</p> <p>2. Постепенная перестройка процессов небольшими межфункциональными командами с двухнедельными спринтами, адаптированными под игровой календарь</p> <p>3. Интеграция данных с букмекерами, телеведущими и спонсорами для</p> </td> </tr> </tbody> </table>			Список А (Модели / методологии):	Список Б (Характеристики / применение):	<ul style="list-style-type: none"> <li>А) Экосистемный подход</li> <li>Б) Agile-трансформация (Scrum)</li> <li>В) Платформенные решения</li> <li>Г) Управление сопротивлением изменениям (модель ADKAR)</li> </ul>	<p>1. Создание единого цифрового ядра (например, клубное мобильное приложение, объединяющее билеты, мерч, трансляции) с минимальной интеграцией внешних партнеров</p> <p>2. Постепенная перестройка процессов небольшими межфункциональными командами с двухнедельными спринтами, адаптированными под игровой календарь</p> <p>3. Интеграция данных с букмекерами, телеведущими и спонсорами для</p>
Список А (Модели / методологии):	Список Б (Характеристики / применение):								
<ul style="list-style-type: none"> <li>А) Экосистемный подход</li> <li>Б) Agile-трансформация (Scrum)</li> <li>В) Платформенные решения</li> <li>Г) Управление сопротивлением изменениям (модель ADKAR)</li> </ul>	<p>1. Создание единого цифрового ядра (например, клубное мобильное приложение, объединяющее билеты, мерч, трансляции) с минимальной интеграцией внешних партнеров</p> <p>2. Постепенная перестройка процессов небольшими межфункциональными командами с двухнедельными спринтами, адаптированными под игровой календарь</p> <p>3. Интеграция данных с букмекерами, телеведущими и спонсорами для</p>								

			<p>совместного использования аналитики болельщиков</p> <p>4. Пять последовательных шагов: осознание, желание, знания, способности, закрепление – для преодоления нежелания тренеров вносить данные в CRM</p> <p>Установите соответствие между финансовым / стратегическим показателем или методом (список А) и его определением или способом расчета применительно к цифровым инициативам в спорте (список Б). Запишите пары буква–цифра.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Список А (Показатель / метод):</th> <th>Список Б (Определение / расчет):</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>• А) ROI (Return on Investment)</li> <li>• Б) Динамическое ценообразование</li> <li>• В) Монетизация данных</li> <li>• Г) NPV (Net Present Value)</li> </ul> </td> <td> <p>1. Метод управления доходами на билеты, при котором цена меняется в реальном времени в зависимости от спроса, соперника и времени до матча</p> <p>2. Отношение чистой прибыли от цифрового проекта к затратам на его реализацию, выраженное в процентах</p> <p>3. Продажа обезличенных агрегированных данных о поведении зрителей спонсорам или рекламным партнерам</p> <p>4. Сумма дисконтированных денежных притоков за вычетом дисконтированных оттоков; если больше нуля – проект принимается</p> </td> </tr> </tbody> </table>	Список А (Показатель / метод):	Список Б (Определение / расчет):	<ul style="list-style-type: none"> <li>• А) ROI (Return on Investment)</li> <li>• Б) Динамическое ценообразование</li> <li>• В) Монетизация данных</li> <li>• Г) NPV (Net Present Value)</li> </ul>	<p>1. Метод управления доходами на билеты, при котором цена меняется в реальном времени в зависимости от спроса, соперника и времени до матча</p> <p>2. Отношение чистой прибыли от цифрового проекта к затратам на его реализацию, выраженное в процентах</p> <p>3. Продажа обезличенных агрегированных данных о поведении зрителей спонсорам или рекламным партнерам</p> <p>4. Сумма дисконтированных денежных притоков за вычетом дисконтированных оттоков; если больше нуля – проект принимается</p>
Список А (Показатель / метод):	Список Б (Определение / расчет):						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• А) ROI (Return on Investment)</li> <li>• Б) Динамическое ценообразование</li> <li>• В) Монетизация данных</li> <li>• Г) NPV (Net Present Value)</li> </ul>	<p>1. Метод управления доходами на билеты, при котором цена меняется в реальном времени в зависимости от спроса, соперника и времени до матча</p> <p>2. Отношение чистой прибыли от цифрового проекта к затратам на его реализацию, выраженное в процентах</p> <p>3. Продажа обезличенных агрегированных данных о поведении зрителей спонсорам или рекламным партнерам</p> <p>4. Сумма дисконтированных денежных притоков за вычетом дисконтированных оттоков; если больше нуля – проект принимается</p>						
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные	1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве	Прочитайте вопрос и выберите все правильные ответы из предложенных вариантов. Запишите номера выбранных ответов. Ответ считается верным, если правильно указаны цифры				

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>ответы</p>	<p>ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>или буквы</p> <p>Вопрос: При внедрении цифровых решений в спортивной организации (например, CRM-системы) могут возникать различные формы сопротивления изменениям. Какие из перечисленных методов преодоления сопротивления являются эффективными и соответствуют лучшим практикам управления изменениями?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увольнение всех сотрудников, отказывающихся работать с новой системой</li> <li>2. Создание «песочницы» с тестовым доступом и проведение обучения без риска для реальных данных</li> <li>3. Включение лидеров мнений (авторитетных тренеров, опытных администраторов) в состав агентов изменений</li> <li>4. Игнорирование жалоб и форсированное внедрение по приказу сверху</li> <li>5. Разработка упрощенного ролевого интерфейса для разных групп пользователей (кассиры, тренеры, менеджеры)</li> <li>6. Введение материальной премии за успешное освоение нового инструмента без ошибок</li> </ol> <p>Прочитайте вопрос и выберите все правильные ответы из предложенных вариантов. Запишите номера выбранных ответов (например, 1, 3, 5).</p> <p>Вопрос: Какие из перечисленных источников данных используются для выявления стратегических проблем спортивной организации (например, снижения зрительского интереса) и оценки эффективности работы с болельщиками?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Данные билетных систем (частота покупок, выбранные сектора, время приобретения)</li> <li>2. Погодные условия в день матча (температура, осадки)</li> <li>3. Логи активности в клубном мобильном приложении (просмотры, клики, время сессии)</li> <li>4. Цвет формы игроков на домашних матчах</li> <li>5. Данные GPS-трекинга болельщиков на стадионе (маршруты, время прибытия)</li> <li>6. Результаты опросов и NPS (Net Promoter Score) после матчей</li> </ol> <p>Прочитайте вопрос и выберите все правильные ответы из предложенных вариантов. Запишите номера выбранных ответов.</p> <p>Вопрос: Какие финансовые и нефинансовые показатели следует использовать для оценки эффективности инвестиций в цифровую трансформацию спортивной организации (например, внедрение системы динамического ценообразования на билеты)?</p> <p>Варианты ответов:</p>
--	---------------	---	--

			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рост числа подписчиков клуба в TikTok</li> <li>2. Чистая приведённая стоимость (NPV) проекта</li> <li>3. Количество выигранных матчей за сезон</li> <li>4. Внутренняя норма доходности (IRR)</li> <li>5. Процент заполняемости стадиона при динамической цене по сравнению с фиксированными ценами</li> <li>6. Цвет эмблемы клуба</li> <li>7. ROMI (Return on Marketing Investment) для билетных кампаний</li> </ol>
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</li> <li>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</li> </ol>	<p>Установите правильную последовательность этапов формирования цифровой стратегии спортивной организации. Расположите шаги в порядке от первого к последнемуУ- Запишите буквы в нужной последовательности (например, А, Б, В, Г, Д).</p> <p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p> <p>Список этапов (буквы):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• А) Разработка дорожной карты и определение KPI цифровой трансформации</li> <li>• Б) Сбор и анализ данных о внутренней и внешней среде (Big Data, BI-системы)</li> <li>• В) Выявление стратегических проблем на основе данных (снижение интереса, эффективность работы с болельщиками)</li> <li>• Г) Формулировка стратегических целей и ключевых направлений цифровизации</li> <li>• Д) Мониторинг и корректировка стратегии по утверждённому KPI</li> </ul>
			<p>Установите правильную последовательность действий при управлении сопротивлением изменениям в спортивной организации в ходе внедрения цифрового решения (на примере CRM для болельщиков). Расположите шаги в порядке от первого к последнемуУ- Запишите буквы в нужной последовательности.</p> <p>Список действий (буквы):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• А) Материальное и нематериальное стимулирование активных пользователей новой системы</li> <li>• Б) Диагностика групп стейкхолдеров и выявление причин сопротивления (опросы, карта заинтересованных сторон)</li> <li>• В) Разработка и реализация целевых мероприятий (обучение, упрощение интерфейса, пилотное тестирование с лидерами)</li> <li>• Г) Оценка устойчивости изменений через 3–6 месяцев (коэффициент возврата к старым практикам)</li> <li>• Д) Вовлечение авторитетных сотрудников (агентов изменений) и создание «песочницы» для безопасного тестирования</li> </ul>
			<p>Установите правильную последовательность этапов бюджетирования и оценки эффективности цифрового проекта в спортивной организации (например, внедрение системы динамического ценообразования). Расположите шаги в порядке от первого к последнемуУ- Запишите</p>

			<p>буквы в нужной последовательности.</p> <p>Список этапов (буквы):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• А) Расчёт чистой приведённой стоимости (NPV) и внутренней нормы доходности (IRR)</li> <li>• Б) Формирование перечня затрат (CAPEX, OPEX) и прогнозируемых денежных потоков</li> <li>• В) Идентификация бизнес-потребностей и целей цифровой инициативы</li> <li>• Г) Утверждение бюджета советом директоров</li> <li>• Д) Пост-реализационный аудит: сравнение фактических показателей с плановыми</li> <li>• Е) Оценка рисков и расчёт сценариев чувствительности</li> </ul>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 обоснования).</p>	<p>Прочитайте текст, выберите один правильный ответ и запишите развернутое обоснование своего выбора.</p> <p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p> <p>Текст задания: Спортивный клуб «Лидер» анализирует данные о болельщиках за последние два сезона. Выявлено: доля абонементов снизилась с 55% до 40% от общего числа проданных билетов; при этом количество уникальных посетителей за сезон выросло на 10%. Какая стратегическая проблема наиболее вероятна на основе этих данных?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Снижение общего зрительского интереса к матчам клуба</li> <li>2. Падение лояльности постоянных болельщиков при росте числа «туристов» (разовых посетителей)</li> <li>3. Неэффективная работа билетной системы (технические сбои)</li> <li>4. Слишком низкие цены на билеты, привлекающие случайную аудиторию</li> </ol> <p>Прочитайте текст, выберите один правильный ответ и запишите развернутое обоснование своего выбора.</p> <p>Текст задания: Спортивная федерация внедряет новую цифровую платформу для управления волонтерами на турнире. Через две недели после старта пилотного проекта выявлено: волонтеры (80% из них – студенты) не используют мобильное приложение для отметки смен, предпочитая бумажные журналы. Руководитель проекта предлагает «обязать всех использовать приложение под угрозой отстранения от работы». Какой метод преодоления сопротивления будет наиболее эффективным в данной ситуации?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Принуждение (санкции за неиспользование)</li> <li>2. Упрощение интерфейса и проведение коротких игровых тренингов перед сменами</li> <li>3. Замена всей команды волонтеров на другую</li> <li>4. Игнорирование проблемы, так как турнир скоро</li> </ol>

			<p>начнется</p> <p>Прочитайте текст, выберите один правильный ответ и запишите развернутое обоснование своего выбора.</p> <p>Текст задания:</p> <p>Спортивный клуб рассматривает инвестиции в систему предиктивной аналитики для прогнозирования посещаемости матчей. Стоимость системы – 2 млн руб., ежегодная экономия от оптимизации работы персонала стадиона – 0,6 млн руб., дополнительный доход от динамического ценообразования – 0,4 млн руб. в год. Срок службы системы – 5 лет. Ставка дисконтирования – 12%. Какое утверждение о проекте верно?</p> <p>Варианты ответов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проект экономически нецелесообразен, так как срок окупаемости больше 5 лет</li> <li>2. Проект имеет положительную чистую приведенную стоимость (NPV) и может быть принят</li> <li>3. Проект следует отклонить, так как IRR меньше ставки дисконтирования</li> <li>4. Недостаточно данных для оценки, так как не учтены риски</li> </ol>
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</li> <li>2. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</li> </ol>	<p>Внимательно прочитайте кейс. Запишите развернутый обоснованный ответ на вопросы. Используйте четкие формулировки, аргументируйте свои выводы.</p> <p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</li> </ol> <p>Текст кейса:</p> <p>Хоккейный клуб «Вымпел» зафиксировал следующие тенденции за последние 18 месяцев:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Средняя посещаемость домашних матчей снизилась на 12% (с 8 500 до 7 480 зрителей).</li> <li>• Доля болельщиков в возрасте 18–30 лет упала с 35% до 22%.</li> <li>• Количество просмотров матчей в официальном мобильном приложении выросло на 40%, но среднее время сессии сократилось с 25 до 12 минут.</li> <li>• Опросы показывают, что 68% зрителей не знают о программе лояльности клуба.</li> </ul> <p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие три стратегические проблемы можно выявить на основе приведенных данных? Кратко обоснуйте каждую.</li> <li>2. Предложите три ключевых направления цифровой стратегии клуба для решения этих проблем.</li> <li>3. Для каждого направления укажите один измеримый KPI (конкретный показатель и целевое значение).</li> <li>4. Объясните, как предиктивная аналитика могла бы помочь предотвратить снижение посещаемости до его</li> </ol>

			<p>наступления.</p> <p>Внимательно прочитайте кейс. Запишите развернутый обоснованный ответ на вопросы.</p> <p>Текст кейса:  Вolleyбольный клуб «Старт» внедряет новую ERP-систему для управления экипировкой, логистикой и персоналом. Проект ведется по Scrum. Через месяц после старта возникли проблемы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Администратор склада (работает 20 лет) отказывается вносить данные в электронную картотеку, продолжает вести бумажные журналы.</li> <li>• Тренеры жалуются, что система «тормозит» при заказе инвентаря, и требуют вернуть старый порядок (заявки по email).</li> <li>• Финансовый директор настаивает на добавлении новых отчетов в текущий спринт, игнорируя приоритеты Product Owner.</li> <li>• Команда разработки сообщает, что не успевает завершить запланированные задачи из-за постоянных изменений требований.</li> </ul> <p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выделите три группы стейкхолдеров с разными причинами сопротивления. Для каждой укажите конкретную причину.</li> <li>2. Предложите программу организационного развития из трех шагов (действий) для преодоления сопротивления.</li> <li>3. Как следует скорректировать ролевую модель Scrum в данном проекте с учетом спортивной специфики?</li> <li>4. Предложите три метрики устойчивости изменений для оценки через 4 месяца после запуска ERP.</li> </ol>
			<p>Внимательно прочитайте кейс. Запишите развернутый обоснованный ответ. При расчетах покажите формулы и промежуточные результаты.</p> <p>Текст кейса:  Баскетбольная лига планирует внедрить систему динамического ценообразования на билеты для всех клубов. Инвестиции в централизованную платформу – 15 млн руб. Ожидается, что средняя выручка с билета вырастет на 18% (с 800 до 944 руб.) при неизменной посещаемости (200 000 билетов в год). Ежегодные операционные затраты на поддержку системы – 2 млн руб. Срок жизни системы – 5 лет. Ставка дисконтирования – 10%. Альтернативный вариант – не внедрять систему, оставить фиксированные цены.</p> <p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рассчитайте годовой дополнительный денежный поток от внедрения системы (до налогов).</li> <li>2. Рассчитайте NPV проекта. Покажите формулу и расчет. Стоит ли реализовывать проект?</li> <li>3. Рассчитайте простой срок окупаемости (PB) и дисконтированный срок окупаемости (DPP).</li> <li>4. Назовите три нефинансовых KPI для оценки</li> </ol>

			успеха системы (помимо выручки). 5. Опишите один ключевой риск проекта и предложите способ его минимизации.
--	--	--	--

### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

*Критерии и балльная шкала определяются преподавателем*

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

## **7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)**

Для изучения основных вопросов учебной дисциплины Б1.В.ДЭ.03.02 «Интегрированные коммуникации спортивных событий» необходимо конспектировать материалы лекций, работать с рекомендованной преподавателем литературой, а также ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для приобретения навыков активного использования знаний полезно обсуждать плановые и возникающие вопросы, а также решаемые задачи на практических занятиях. Чтобы легче и прочнее усвоить материал следует постоянно использовать конкретные примеры, сравнения из уже полученных областей наук.

Для закрепления изученного материала даны вопросы по каждой теме дисциплины, на которые следует самостоятельно найти ответы.

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются практические занятия. Практические занятия проводятся главным образом по дисциплинам, требующим закрепления навыков решения задач, и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести умения применять принципы системного подхода к решению разнообразных задач, определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения разного рода проектов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо проанализировать конспект лекции, ознакомиться с рекомендованной литературой по соответствующей теме, осуществить подготовку по рекомендованным в рабочей программе вопросам для обсуждения темы, выполнить домашнее задание (при необходимости).

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю (в том числе по электронной почте). Планируя консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу

(вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику. Кроме того, ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд методических материалов для быстрого повторения изученных вопросов, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

После изучения базовых тем курса проводится текущий контроль знаний студентов в виде опроса или письменного тестирования. Типовые тесты и задания по темам дисциплины приведены в специальном разделе данной рабочей программы.

Подготовка к текущему и промежуточному контролю предполагает изучение представленных вопросов к зачету, работу над тестами, представленными в данной рабочей программе, выполнение семестровой проектной работы по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе.

Работа в малых группах – это одна из самых популярных форм проведения занятий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Цель данной формы проведения занятий: продемонстрировать сходство или различия определенных явлений, выработать стратегию или разработать план, выяснить отношение различных групп участников к одному и тому же вопросу. В ходе этой работы дополнительно решаются следующие задачи: развитие навыков общения и взаимодействия в группе, формирование ценностно-ориентационного единства группы, поощрение к гибкой смене социальных ролей в зависимости от ситуации.

Группа студентов делится на несколько малых групп. Количество групп определяется числом творческих заданий, которые будут обсуждаться в процессе занятия. Малые группы формируются либо по желанию студентов, либо по родственной тематике для обсуждения. Каждая малая группа обсуждает творческое задание в течение отведенного времени. Основным этапом – проведение обсуждения творческого задания. Заслушиваются суждения, предлагаемые каждой малой группой по творческому заданию. Преподаватель

дает оценочное суждение и работе малых групп, по решению творческих заданий, и эффективности предложенных путей решения.

В качестве самостоятельной работы студентами выполняется семестровая работа по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе по всем темам. Рекомендуется выбрать организационно-техническую систему У- Перед выполнением задания по теме 1 выбранную систему необходимо согласовать с преподавателем. При выполнении заданий по темам могут использоваться представленные студентом материалы по предыдущим темам. Выполненная семестровая работа представляется студентом на открытой защите на промежуточной аттестации.

При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **8.1. Основная литература**

1. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2021 ; Тюмень : Издательство Тюменского государственного университета. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-40001478-9 (Издательство Тюменского государственного университета). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447916>
2. 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, 2021. — 284 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12861-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476190>
3. 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: 11.05.2026).
4. Психология физической культуры и спорта : учебник и практикум для вузов / А. Е. Ловягина [и др.] ; под редакцией А. Е. Ловягиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 531 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01035-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469368>
5. 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.
6. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта : учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. —
  - a. 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17692-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533551> (дата обращения: 12.05.2026).

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: Учебное пособие для студентов вузов. -М.: Аспект Пресс, 2006.-236с.
  2. Асанова, И. М. Организация культурно-досуговой деятельности : учебник для вузов / И. М. Асанова, С. О. Дерябина. —Москва: Академия, 2011. —192 с.: ил.. — Высшее профессиональное образование. Сервис. —Библиогр.: с. 190.
- Кондратенко, Е. А. Событийный менеджмент: учебное пособие / Е. А. Кондратенко. —Барнаул: Азбука, 2011. —142 с.—Библиогр.: с. 140-141.

### **8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация**

Не используется

### **8.4. 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 мультidisциплинарным 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.

#### **8.5. Иные источники**

1. <http://www.event-management-uk.co.uk>
2. <http://www.ifea.com>
3. <http://www.eventros.ru/>
4. <http://www.event-forum.ru>
5. <http://www.restec.ru/exhibitions/featured/travelexpo/mice.ru.html>
6. <http://www.miceforum.ru>
7. <http://www.conference.ru>
8. Научная электронная библиотека -доступ к полным текстам периодических изданий по всем направлениям научных дисциплин. [Электрон. ресурс]. –Режим доступа:

<http://elibrary.ru/>

9 .Практический маркетинг: ежемесячный журнал. —М. : Агентство BCI Marketing, 2005-. — Изд. с 1997 г. —<URL:<http://www.bci-marketing.ru>>.

10 .Blackwell -полнотекстовые электронные научные журналы, охватывающие все области естественных и общественных наук. [Электрон. ресурс]. –Режим доступа: <http://www.blackwell-synergy.com/>

11.DOAJ -модерируемый каталог научных журналов со свободным веб-доступом к полным текстам статей создается с февраля 2003 г. в университете г. Лунд (Швеция). [Электрон. ресурс]. –Режим доступа: <http://www.doaj.org/>

12.Sage Publications -научные журналы по гуманитарным, точным и естественным наукам. Глубина полнотекстового архива с 1999 года. Условия доступа:доступ организован по общеуниверситетской сети. URL:<http://online.sagepub.com>

13.Springer -полнотекстовые книги, опубликованные с 2000 по текущий год (книги с зеленой пиктограммой). Условия доступа:доступ организован по общеуниверситетской сети. URL:<http://www.springerlink.de/books>

## **9.Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических занятий
3.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
4.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях
5.	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
6.	СДО Академии <a href="https://lms.ranepa.ru/">https://lms.ranepa.ru/</a>