

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра производственного менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский
(подпись)
« 25 » 2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте»

По направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Менеджмент в спорте и спортивной индустрии»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Менеджмент в спорте и спортивной индустрии» – 3+с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 952).

СОСТАВИТЕЛЬ:

д-р экон. наук, профессор Родионов А.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры производственного менеджмента «21» 03 2023 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой
производственного менеджмента _____  _____ Родионов А.В.

Переутверждена: « _____ » _____ 20__ года, протокол № _____

Директор института
управления и государственной службы _____ Харьковский Р.Г.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы «12» 04 2023 г., протокол № 8.

Председатель учебно-методической
комиссии института _____  _____ Резник А.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – 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.

Задачи:

формирование современных знаний общих экономических основ и умения применять эти знания в практической деятельности руководителя;

ознакомление студентов с основами и особенностями финансового менеджмента в спортивных и спортивно-оздоровительных организациях с основами предпринимательства и бизнеса в спорте и спортивно-оздоровительном сервисе;

знакомство с основными положениями теории и практического мастерства, создание позитивного восприятия рыночных отношений в сфере физической культуры, спорта, спортивно-оздоровительном сервисе;

ознакомление студентов с основными аспектами управления в сфере спорта и спортивно-оздоровительного сервиса с целью обучения способам улучшения психологического климата и взаимоотношений между людьми в спортивных организациях.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте» относится к части дисциплин, формируемой участниками образовательных отношений.

Содержание дисциплины логически взаимосвязано с дисциплинами: «Безопасность проведения спортивно-зрелищных и массовых мероприятий», «Экономика в индустрии спорта».

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: «Стратегии коммерциализации спорта», «Предпринимательство в спорте».

Дисциплина является основой для прохождения практик по профилю профессиональной деятельности и преддипломной практики.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-1. Способность анализировать закономерности и	ПК-1.1. Разрабатывает стратегии развития спортивной индустрии и	знать: правила профессиональной организации экономической,

тенденции современных бизнес-технологий и предпринимательства в спортивной индустрии, разрабатывать стратегические направления их использования на предприятиях отрасли физической культуры и спорта и при реализации спортивных проектов	готовит необходимую для их реализации проектную документацию. ПК-1.2. Владеет инструментами управления проектами. ПК-1.3. Демонстрирует навыки выявления рисков реализации стратегии и проектов, формирования действий для минимизации влияния рисков. ПК-1.4. Демонстрирует владение методами построения бизнес-модели компании спортивной индустрии, ее развития и трансформации.	управленческой, маркетинговой, коммерческой рекламной, патентно-лицензионной работы в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях; методы и технологии проведения научных исследований в более узких направлениях менеджмента; правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций; уметь: разрабатывать программы нововведений и составлять план мероприятий по реализации этих программ; профессионально вести экономическую, управленческую, маркетинговую, коммерческую, рекламную и патентно-лицензионную работу в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях; оценивать экономическую эффективность физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций; владеть: методами и технологиями планирования и прогнозирования развития ФКиС на местном, региональном и федеральном уровнях; навыками применения на практике основ менеджмента спортивной индустрии, основных положений анализа
--	--	--

		взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний; навыками принятия экономических решений в области ФКиС;
ПК-2. Способность к исследованию существующих и разработке новых методов и технологий управления в спортивной индустрии, к проектированию, обоснованию и оценке эффективности управленческих решений в данной сфере	ПК-2.1. Анализирует и совершенствует бизнес-процессы организации спортивной индустрии. ПК-2.2. Проводит самостоятельные исследования бизнес-процессов в соответствии с разработанной производственной программой с использованием современных информационных технологий. ПК-2.3. Демонстрирует владение методами сбора, анализа и обработки данных, для принятия управленческих решений при моделировании и реинжиниринге бизнес-процессов.	знать: методы сбора, анализа и обработки данных, для принятия управленческих решений при моделировании и реинжиниринге бизнес-процессов. правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности деятельности различных физкультурно-спортивных организаций; уметь: разрабатывать варианты эффективных хозяйственных решений; проводить аналитическую, исследовательскую и рационализаторскую работу по оценке социально-экономической обстановки и конкретных форм управления; работать с финансово-хозяйственной документацией; принимать экономические и управленческие решения; обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений; проводить аналитическую, исследовательскую и рационализаторскую работу по оценке социально-экономической обстановки и конкретных форм управления; владеть: навыками применения на практике основ менеджмента спортивной индустрии, основных положений анализа взаимосвязи между функциональными

		стратегиями компаний; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии. методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов в области управления и оценки их состояния по потенциальным возможностям экономического, социального и организационного развития;
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	144 (4 зач. ед)	144 (4 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	60	18
в том числе:		
Лекции	36	8
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	24	10
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	84	126
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Спортивные организации в рыночной экономике. Понятие финансов спортивных организаций. Система целей и задач финансов в спортивной организации. Организационная структура управления финансами в спортивной организации. Виды коммерческих организаций, их место и роль в рыночной экономике. Естественные монополии и их роль в рыночной экономике. Место и роль малых предприятий в рыночной экономике. Некоммерческие организации, их место и роль в рыночной экономике.

Тема 2. Рынок спортивной индустрии. Спрос и предложение на рынке спортивной индустрии. Организационно-правовые формы физкультурно-спортивных организаций. Экономические аспекты нормативно-правовых актов в области ФКиС в России.

Тема 3. Модели функционирования индустрии спорта. Источники финансирования ФКиС в зарубежных странах. Американская модель

экономики спорта. Европейская модель экономики спорта. Бюджет физкультурноспортивной организации.

Тема 4. Финансово-хозяйственная деятельность спортивных организаций. Результаты финансово-хозяйственной деятельности спортивных организаций. Роль прибыли в финансово-хозяйственной деятельности спортивных организаций. Результаты финансово-хозяйственной деятельности спортивных организаций. Коммерческая составляющая финансово-хозяйственной деятельности спортивных организаций. Основные направления финансово-хозяйственной деятельности в спортивных организациях. Особенности финансово-хозяйственной деятельности в спортивных организациях. Особенности формирования доходов и расходов спортивной федерации, спортивного центра, спортивного клуба. Финансовые аспекты агентской деятельности.

Тема 5. Планирование и экономический анализ деятельности спортивных организаций. Планирование деятельности организаций (предприятий). Стратегические, оперативные, бизнес-планы и бюджеты организаций (предприятий). Экономический анализ деятельности организации (предприятия). Виды экономического анализа.

Тема 6. Финансирование спортивной отрасли. Принципы финансирования спортивной отрасли. Основы государственного финансирования спортивной отрасли. Функциональная классификация расходов бюджетов различных уровней Российской Федерации. Федеральный бюджет как источник финансирования спортивной отрасли. Особенности финансирования спортивной отрасли из местного и регионального бюджета. Федеральные целевые программы развития спорта в России. Принципы внебюджетного финансирования спортивной отрасли. Поступления из внебюджетных фондов. Финансирование по линии международных спортивных организаций. Спонсорство как внебюджетный источник материального обеспечения спортивной отрасли. Финансирование ФОКов и спортивных организаций за счёт предпринимательской деятельности.

Тема 7. Управление активами спортивной организации. Структура активов спортивной организации. Особенности структуры внеоборотных активов спортивных организаций. Управление внеоборотными активами. Особенности структуры оборотных активов спортивной организации. Финансово-эксплуатационные потребности (формирование и управление). Управление запасами.

Тема 8. Бюджетирование в спортивных организациях. Понятие планирования и бюджетирования. Особенности Бюджета спортивных организаций (федераций, клубов, центров). Структура и функции бюджета. Бюджетирование и процесс управления им. Контроль исполнения бюджета и регулирование.

Тема 9. Ценообразование в спортивной организации. Методы ценообразования в спортивной индустрии. Особенности формирования цен на услуги спортивно оздоровительного комплекса. Основные принципы

образования цен на трансферы игроков.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Спортивные организации в рыночной экономике	4	1
2	Рынок спортивной индустрии	4	1
3	Модели функционирования индустрии спорта	4	1
4	Финансово-хозяйственная деятельность спортивных организаций	4	1
5	Планирование и экономический анализ деятельности спортивных организации	4	1
6	Финансирование спортивной отрасли	4	1
7	Управление активами спортивной организации	4	1
8	Бюджетирование в спортивных организациях	4	0,5
9	Ценообразование в спортивной организации	4	0,5
Итого:		36	8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Спортивные организации в рыночной экономике	2	1
2	Рынок спортивной индустрии	2	1
3	Модели функционирования индустрии спорта	4	2
4	Финансово-хозяйственная деятельность спортивных организаций	4	1
5	Планирование и экономический анализ деятельности спортивных организации	2	1
6	Финансирование спортивной отрасли	4	1
7	Управление активами спортивной организации	2	1
8	Бюджетирование в спортивных организациях	2	1
9	Ценообразование в спортивной организации	2	1
Итого:		24	10

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Спортивные организации в рыночной экономике	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников, написание и оформление рефератов в соответствии с заданиями	9	14
2	Рынок спортивной индустрии	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации,	9	14

		написание и оформление рефератов		
3	Модели функционирования индустрии спорта	Подготовка к практическим занятиям, самостоятельный поиск источников научно-технической информации, написание и оформление рефератов. Подготовка к текущему и промежуточному контролю знаний и умений	9	14
4	Финансово-хозяйственная деятельность спортивных организаций	Подготовка к практическим занятиям и к промежуточному контролю знаний и умений. Самостоятельный поиск источников научно-технической информации.	9	14
5	Планирование и экономический анализ деятельности спортивных организации	Подготовка к практическим занятиям и к промежуточному контролю знаний и умений. Самостоятельный поиск источников научно-технической информации.	9	14
6	Финансирование спортивной отрасли	Подготовка к практическим занятиям и к промежуточному контролю знаний и умений. Самостоятельный поиск источников научно-технической информации.	9	14
7	Управление активами спортивной организации	Подготовка к практическим занятиям и к промежуточному контролю знаний и умений. Самостоятельный поиск источников научно-технической информации.	10	14
8	Бюджетирование в спортивных организациях	Подготовка к практическим занятиям и к промежуточному	10	14

		контролю знаний и умений. Самостоятельный поиск источников научно-технической информации.		
9	Ценообразование в спортивной организации	Подготовка к практическим занятиям и к промежуточному контролю знаний и умений. Самостоятельный поиск источников научно-технической информации.	10	14
Итого:			84	126

4.7. Курсовые работы не предусмотрены учебным планом

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных

возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Матвеев, Л. П. Общая теория спорта и ее прикладные аспекты : учебник для вузов физической культуры и спорта / Л. П. Матвеев. - 7-е изд. стер. - Москва : Спорт, 2020. - 342 с. - ISBN 978-5-906132-50-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1153759>

2. Починкин, А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: Учебное пособие / Починкин А.В. - Москва :Спорт, 2016. - 384 с. ISBN 978-5-906839-55-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/914112>

3. Леднев, В. А. Менеджмент в индустрии спорта. Вып. 1 : сборник статей / под ред. В. А. Леднева. - Москва : МФПУ Синергия, 2012. - 200 с. - (Индустрия спорта) - ISBN 978-5-4257-0085-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/451311>

4. Сулова, Ю. Ю. Экономика предприятия: организационно-практические аспекты: Учебное пособие / Сулова Ю.Ю., Петрученя И.В., Белоногова Е.В. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 156 с.: ISBN 978-5-7638-3392-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/968037>

5. Шестакова, Е. В. Как открыть франчайзинговый бизнес?: Пособие / Шестакова Е. - Ростов-на-Дону :Феникс, 2016. - 141 с. ISBN 978-5-222-24397-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/912267>

б) дополнительная литература:

1. Арабян К.К. Теория аудита и организация аудиторской проверки: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит» / К.К. Арабян. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 335 с. – Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/81690.html>

2. Джон Тамни. Как работает экономика: что Rolling Stones, Гарри Поттер и большой спорт могут рассказать о свободном рынке / Тамни Джон; под редакцией В. Потапова. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 280 с. –Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/86877.html>

3. Зубко Н.М. Международная экономика: ответы на экзаменационные вопросы / Н.М. Зубко, А.Н. Каллаур. – 2-е изд. – Минск: Тетралит, 2019. – 160 с. – Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/88822.html>

4. Матвеев Л.П. Общая теория спорта и ее прикладные аспекты: учебник для вузов физической культуры и спорта / Л.П. Матвеев. – 6-е изд. – М.: Издательство «Спорт», 2019. – 344 с. – Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/88519.html>

5. Современный менеджмент в игровых видах спорта : материалы конференции ФГБОУ ВО «РГУФКСМиТ» 15 ноября 2017 г. / В.В. Алешин, Т.Д. Артамонова, К.А. Астахов [и др.]. – М.: Научный консультант, Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма, 2017. – 250 с. – Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/75479.html>

6. Тютюкина Е.Б. Финансы организаций (предприятий): учебник / Е.Б. Тютюкина. – М.: Дашков и К, 2018. – 543 с. – Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85720.html>

7. Финансы бюджетных организаций: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Финансы и кредит» / Г.Б. Поляк, Л.Д. Андросова, В.В. Карчевский [и др.]; под редакцией Г.Б. Поляк. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 463 с. – Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/74949.html>

8. Колчина Н. В. Финансы организаций: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, направлению подготовки «Финансы и кредит» / Н.В. Колчина, О. В. Португалова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 399 с. – Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/71068.html>

9. Спорт и бизнес: учебное пособие / В.Б. Глухов, Г.Б. Кетов. – Пермь: Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2018. – 136 с. – Текст: электронный. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/86381.html>

в) Интернет-ресурсы:

Справочно-правовая база данных «КонсультантПлюс» – <https://www.consultant.ru>

Электронная библиотека «Библиотека международной спортивной информации» – www.bmsi.ru

Портал, посвященный вопросам спортивного менеджмента и маркетинга – www.sportmanagment.ru

Официальные сайты спортивных организаций, такие как www.olympic.ru, www.sochi2014.com, www.rfs.ru, biathlonrus.com

Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным

правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Видеоплеер	Media Player Classic	http://mpc.darkhost.ru/

8. Оценочные средства по дисциплине
Паспорт
оценочных средств по учебной дисциплине
«Организационно-экономические механизмы спонсорства в спорте»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания
компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-1. Способность анализировать закономерности и тенденции современных бизнес-технологий и предпринимательства в спортивной индустрии, разрабатывать стратегические направления их использования на предприятиях отрасли физической культуры и спорта и при реализации спортивных проектов	Пороговый	знать: правила профессиональной организации экономической, управленческой, маркетинговой, коммерческой рекламной, патентно-лицензионной работы в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях; методы и технологии проведения научных исследований в более узких направлениях менеджмента; правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций;
Основной		Базовый	уметь: разрабатывать программы нововведений и составлять план мероприятий по реализации этих программ; профессионально вести экономическую, управленческую, маркетинговую, коммерческую, рекламную и патентно-лицензионную работу в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях; оценивать экономическую эффективность физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций и т.д.;
Заключительный		Высокий	владеть: методами и технологиями планирования и прогнозирования развития ФКиС на местном, региональном и федеральном уровнях; навыками применения на практике основ менеджмента спортивной индустрии, основных положений анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний; навыками принятия экономических решений в области ФКиС;

Начальный	ПК-2. Способность к исследованию существующих и разработке новых методов и технологий управления в спортивной	Пороговый	знать: методы сбора, анализа и обработки данных, для принятия управленческих решений при моделировании и реинжиниринге бизнес-процессов. правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности деятельности различных физкультурно-спортивных организаций;
	Основной	Базовый	уметь: разрабатывать варианты эффективных хозяйственных решений; проводить аналитическую, исследовательскую и рационализаторскую работу по оценке социально-экономической обстановки и конкретных форм управления; работать с финансово-хозяйственной документацией; принимать экономические и управленческие решения; обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений; проводить аналитическую, исследовательскую и рационализаторскую работу по оценке социально-экономической обстановки и конкретных форм управления;
		Высокий	владеть: навыками применения на практике основ менеджмента спортивной индустрии, основных положений анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний; навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии. методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов в области управления и оценки их состояния по потенциальным возможностям экономического, социального и организационного развития;

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
-------	-----------------	---	---	-------------------------	---------------------------------------

1	ПК-1.	Способность анализировать закономерности и тенденции современных бизнес-технологий и предпринимательства в спортивной индустрии, разрабатывать стратегические направления их использования на предприятиях отрасли физической культуры и спорта и при реализации спортивных проектов	ПК-1.1. Разрабатывает стратегии развития спортивной индустрии и готовит необходимую для их реализации проектную документацию.	Тема 1. Спортивные организации в рыночной экономике Тема 3. Модели функционирования индустрии спорта	4
			ПК-1.2. Владеет инструментами управления проектами.	Тема 7. Управление активами спортивной организации Тема 8. Бюджетирование в спортивных организациях	4
			ПК-1.3. Демонстрирует навыки выявления рисков реализации стратегии и проектов, формирования действий для минимизации влияния рисков.	Тема 6. Финансирование спортивной отрасли	4
			ПК-1.4. Демонстрирует владение методами построения бизнес-модели компании спортивной индустрии, ее развития и трансформации.	Тема 5. Планирование и экономический анализ деятельности спортивных организаций	4
2	ПК-2.	Способность к исследованию существующих и разработке новых методов и технологий управления в спортивной индустрии, к проектированию, обоснованию и оценке эффективности управленческих решений в данной	ПК-2.1. Анализирует и совершенствует бизнес-процессы организации спортивной индустрии.	Тема 2. Рынок спортивной индустрии	4
			ПК-2.2. Проводит самостоятельные исследования бизнес-процессов в соответствии с разработанной производственной программой с	Тема 4. Финансово-хозяйственная деятельность спортивных организаций	4

		сфере	использованием современных информационных технологий.		
			ПК-2.3. Демонстрирует владение методами сбора, анализа и обработки данных, для принятия управленческих решений при моделировании и реинжиниринге бизнес-процессов.	Тема 9. Ценообразование в спортивной организации	4

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-1. Способность анализировать закономерности и тенденции современных бизнес-технологий и предпринимательства в спортивной индустрии, разрабатывать стратегические направления их использования на предприятиях отрасли физической культуры и спорта и при реализации спортивных проектов	ПК-1.1. Разрабатывает стратегии развития спортивной индустрии и готовит необходимую для их реализации проектную документацию	знать: правила профессиональной организации экономической, управленческой, маркетинговой, коммерческой рекламной, патентно-лицензионной работы в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях; уметь: разрабатывать программы нововведений и составлять план мероприятий по реализации этих программ; владеть: методами и технологиями планирования и прогнозирования развития ФКиС на местном, региональном и федеральном уровнях;	Тема 1. Спортивные организации в рыночной экономике Тема 3. Модели функционирования индустрии спорта	доклад, сообщение, тестовые задания, рефераты

		ПК-1.2. Владеет инструментам и управления проектами.	знать: методы и технологии проведения научных исследований в более узких направлениях менеджмента; уметь: профессионально вести экономическую, управленческую, маркетинговую, коммерческую, рекламную и патентно-лицензионную работу в различных подразделениях предприятий (объединений), ассоциациях, совместных предприятиях; владеть: навыками применения на практике основ менеджмента спортивной индустрии, основных положений анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний;	Тема 7. Управление активами спортивной организации Тема 8. Бюджетирование в спортивных организациях	доклад, сообщение, тестовые задания, рефераты
		ПК-1.3. Демонстрирует навыки выявления рисков реализации стратегии и проектов, формирования действий для минимизации влияния рисков.	знать: правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций; уметь: оценивать экономическую эффективность физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций и т.д.; владеть: навыками принятия экономических решений в области	Тема 6. Финансирование спортивной отрасли	доклад, сообщение, тестовые задания, рефераты

		ПК-1.4. Демонстрирует владение методами построения бизнес-модели компании спортивной индустрии, ее развития и трансформации	ФКиС; знать: правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности физкультурно-спортивных занятий, деятельности различных физкультурно-спортивных организаций; уметь: производить качественную и количественную оценку рисков проектов, определять эффективность проекта; владеть: навыками принятия экономических решений в области ФКиС;	Тема 5. Планирование и экономический анализ деятельности спортивных организации	доклад, сообщение, тестовые задания, рефераты
2	ПК-2. Способность к исследованию существующих и разработке новых методов и технологий управления в спортивной индустрии, к проектированию, обоснованию и оценке эффективности управленческих решений в данной сфере	ПК-2.1. Анализирует и совершенствует бизнес-процессы организации спортивной индустрии.	знать: правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности деятельности различных физкультурно-спортивных организаций; уметь: разрабатывать варианты эффективных хозяйственных решений; проводить аналитическую, исследовательскую и рационализаторскую работу по оценке социально-экономической обстановки и конкретных форм управления; владеть: навыками применения на практике основ менеджмента спортивной индустрии, основных положений анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями	Тема 2. Рынок спортивной индустрии	доклад, сообщение, тестовые задания, рефераты

			компаний;		
		ПК-2.2. Проводит самостоятельные исследования бизнес-процессов в соответствии с разработанной производственной программой с использованием современных информационных технологий.	знать: правила, технологию и регламент оценки экономической эффективности деятельности различных физкультурно-спортивных организаций; уметь: работать с финансово-хозяйственной документацией; принимать экономические и управленческие решения; владеть: навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии.	Тема 4. Финансово-хозяйственная деятельность спортивных организаций	доклад, сообщение, тестовые задания, рефераты
		ПК-2.3. Демонстрирует владение методами сбора, анализа и обработки данных, для принятия управленческих решений при моделировании и реинжиниринге бизнес-процессов.	знать: методы сбора, анализа и обработки данных, для принятия управленческих решений при моделировании и реинжиниринге бизнес-процессов. уметь: обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений; проводить аналитическую, исследовательскую и рационализаторскую работу по оценке социально-экономической обстановки и конкретных форм управления; владеть: методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов в	Тема 9. Ценообразование в спортивной организации	доклад, сообщение, тестовые задания, рефераты

			области управления и оценки их состояния по потенциальным возможностям экономического, социального и организационного развития;		
--	--	--	---	--	--

1. Вопросы для обсуждения в виде собеседования (устный или письменный опрос)

1. Основные различия между материальными и социально-культурными услугами индустрии спорта.
2. Классификационные признаки социально-культурных услуг.
3. Современное состояние экономики спорта в России.
4. Индустрия спорта в России: состояние и перспективы развития.
5. Основные показатели эффективности эксплуатации спортивных сооружений, используемые в мировой практике?
6. Основные требования к процессу повышения эффективности управления спортивным объектом.
7. Факторы и показатели экономического эффекта от проведения международных соревнований.
8. Современное состояние мирового рынка спортивной индустрии.
9. Особенности организационно-правовых форм юридических лиц на рынке спортивной индустрии в России.
10. Структура рынка спортивной индустрии, сложившуюся на сегодняшний день в России.
11. Характерные особенности американской модели экономики спорта.
12. Основные черты экономики спорта в Европе.
13. Особенности американской и европейской моделей экономики спорта.
14. Динамика спроса и предложения на рынке спортивной индустрии в России.
15. Проблемы занятости на рынке спортивной индустрии в России.
16. Понятие финансов спортивных организаций.
17. Система управления финансами в спортивной организации.
18. Органы управления финансами в спортивной организации.
19. Назовите особенности организационной структуры управления финансами в спортивной организации.
20. Какое место занимает финансирование спорта в структуре федерального бюджета?
21. Охарактеризуйте основные принципы государственного финансирования спорта в России.
22. Каковы структура и объем государственных расходов на спортивную отрасль?
23. Какие наиболее типичные источники характерны для финансирования спортивной индустрии в зарубежных странах?
24. В чем заключаются особенности финансирования спорта в России

на региональном и местном уровне?

25. Перечислите основные источники внебюджетного финансирования спортивной отрасли.

26. Каковы основные принципы внебюджетного финансирования спортивной индустрии?

27. Какие особенности финансирования спортивных организаций по международной линии?

28. Каковы особенности предпринимательской деятельности в спорте как источника финансирования?

29. Какие наиболее типичные источники характерны для финансирования спортивной отрасли в зарубежных странах?

30. Что представляет собой структура активов спортивной организации, в чем особенность.

31. Назовите состав внеоборотных активов.

32. Назовите состав оборотных активов.

33. Назовите основные принципы управления запасами в спортивной организации.

34. Перечислите основные направления финансово-хозяйственной деятельности спортивной организации.

35. Назовите доходы спортивного клуба, спортивного центра.

36. Назовите основные направления расходования денежных средств спортивной организации

37. Назовите особенности ценообразования на спортивные услуги

38. Перечислите основные методы ценообразования в спортивной отрасли.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству доклад, сообщение

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

2. Типовые тестовые задания

1. Компания может считаться спонсором, если она:

а) безвозмездно оказывает материальную поддержку профессиональному хоккейному клубу

б) использует матчи любительского хоккейного клуба для рекламы своего бренда

с) вкладывает средства в проведение своего корпоративного турнира по хоккею

д) предоставляет инвентарь хоккеистам своей корпоративной команде

2. К ключевым принципам спортивного спонсорства следует отнести

а) принцип взаимной полезности сторон спортивный

б) принцип возмездности отношений

с) принцип победителя

д) принцип адекватности вклада сторон

е) принцип активации

3. Существуют определенные способы работы спортивных организаций со спонсорами, такие как

а) организация общественных отношений (PR)

б) позиционирование спортивной организации

с) реклама спонсора

д) выпуск мерчандайзинга спортивной организации

е) проведение специальных событий с участием спонсора

ф) продажа билетов и сезонных абонементов

4. Неверно, что к спортивному спонсорству относят

а) анализ аудитории спортивного события,

б) проведение рекламных акций,

с) организацию тренировок,

д) медицинское обеспечение спорта,

е) продажу спортивной атрибутики,

ф) строительство спортивных сооружений,

г) государственно-частное партнерство

5. ... – это стратегия реализации коммерческих отношений между двумя организациями, а в сфере спорта – между спортивными объединениями и компаниями либо между спортсменами и компаниями как продавцом и покупателем спортивных продуктов или услуг (особенно спортивного имиджа и спортивного события)

6. Процесс подготовки спортивной организации сотрудничеству со спонсорами, как правило, начинается с определения целей партнерства и объектов спонсорства. Важным этапом является анализ целевых аудиторий, которые будут предложены потенциальному спонсору для решения его маркетинговых задач. Особое место занимают аудитории зрителей и болельщиков, присутствующих на трибунах спортивных арен. Объясните, почему именно они важны в отношениях со спонсорами. Ответ подкрепите примером.

7. Спортивное спонсорство востребовано в наименьшей степени в

а) профессиональных спортивных клубах фитнес-клубах

б) муниципальных органах управления спортом

- c) органах исполнительной власти
- d) спортивных лигах
- e) спортивных федерациях

8. Спортивное спонсорство, согласно определению, наиболее полно раскрывающему его сущность, – это ...

- a) часть маркетинга физкультурно-оздоровительных услуг, оказываемых государством населению
- b) продажа спортивных товаров, разработанных профессиональными спортивными клубами
- c) разработка, продажа и продвижение спортивных продуктов, а также, продвижение брендов и организаций через спорт
- d) продвижение брендов товаров и услуг через спортивные организации, события или персоны

9. Существует три основных типа продуктов, создаваемых в спортивном спонсорстве, – это ...

- a) спонсорские предложения
- b) спортивные сооружения
- c) спортивные игры
- d) партнерские предложения
- e) спортивная информация
- f) спортивные рекорды
- g) предложения для поставщиков
- h) спортивная реклама

10. Установите соответствие между компонентами маркетинговой информационной системы спортивной организации и их содержанием для работы со спонсорами:

- a. маркетинговые исследования
- b. мониторинг текущей информации
- c. внутренняя отчетность
- d. анализ отчетов о проведенных рекламных кампаниях
- e. проведение опроса болельщиков
- f. анализ величины цен конкурентов
- g. анализ лент новостей отраслевых сайтов

11. Установите соответствие между компонентами спортивного спонсорства и их содержанием:

- a. инструменты спортивного спонсорства
- b. виды продуктов спортивного спонсорства
- c. субъекты спортивного спонсорства
- d. объекты спортивного спонсорства
- e. принципы спонсорства
- f. рекламные акции, брендинг, рп
- g. спонсорские и партнерские предложения
- h. бренды товаров и услуг.
- j. срочность, активация, взаимная полезность

12. При разработке спонсорского предложения спортивного клуба

следует определить наиболее эффективные каналы коммуникации с целевыми группами – именно от этого будет зависеть эффективность спонсорства. Определите, какие из них в большей степени подходят для поддержания лояльности существующих клиентов спортивного клуба. Ответ обоснуйте.

а) наружная реклама и реклама на местном телевидении. Именно это позволит сделать клуб максимально известным в городе

б) социальные сети и специальные мероприятия в клубе. Эти каналы позволяют устанавливать прямые и эмоциональные отношения с клиентами

с) рассылка по электронной почте информации о событиях, результатах матчей, новостей околоспортивной жизни клуба. Это позволит наладить доверительные отношения с клиентами

13. Цели спортивного спонсорства обычно формулируются с использованием контентных (качественных), количественных и временных характеристик – например, примерную спонсорскую цель спортивной лиги можно сформулировать так: «...»

а) значительно увеличить прибыль от обслуживания болельщиков в течение трех месяцев

б) увеличить количество спонсоров лиги с 6 до 8 в течение года

с) повысить число болельщиков спортивной лиги

14. ... – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

15. В качестве спонсоров в спорте чаще всего выступают ...

а) бренды алкогольных напитков

б) производители продуктов массового потребления

с) поставщики услуг

д) спортивные организации

16. К спортивным организациям следует отнести ...

а) спортивную лигу

б) спортивный магазин

с) марафонский забег

д) спортивную школу

е) спортивный клуб

ф) спортивную федерацию

г) спортивное агентство

17. Минимально возможную цену спонсорского предложения определяет такой фактор, как ...

а) курс национальной валюты

б) спрос на подобные продукты

с) затраты на предлагаемые спонсорам коммуникации

д) цены конкурентов

е) технологии и инновации, используемые в продукте

18. Одним из рыночных продуктов спортивной организации являются спонсорские или партнерские предложения для товарных и сервисных брендов. Отношения со спонсорами могут принести дополнительные доходы и укрепить рыночные позиции спортивной организации. Вынесите предложения по углублению отношений со спонсорами спортивной организации. Ответ обоснуйте.

а) разработка совместных креативных программ активации, поскольку это позволит максимально расширить коммуникационные возможности спонсорства, учесть интересы спонсора и спортивной организации

б) усиление антидопингового контроля во время проведения спортивных соревнований, так как это позволит установить равные условия соревнований и получить объективные результаты

с) размещение логотипов бренда спонсора в пространстве спортивного события, поскольку это позволит ему коммуницировать со своими потенциальными клиентами

19. Эффективность стратегии спонсорства оценивается ...

а) объемом затраченных средств

б) ростом выручки спонсора

с) получением спортивной организацией дополнительных средств

д) повышением ценности бренда спонсора

е) достижением целей спонсорства

20. Расположите в правильном порядке этапы процесса работы со спонсорами согласно модели OPOSA:

а) определение объекта спонсорства

б) оценка маркетингового потенциала выбранного объекта спонсорства

с) активация отношений со спонсором

д) разработка предложений для спонсоров

е) поиск спонсоров и проведение переговоров

21. Установите соответствие между спортивными организациями и их главными рыночными продуктами:

а. спортивная федерация

б. фитнес-клуб

с. профессиональная лига

д. спортивное сооружение

е. профессиональный футбольный клуб

ф. чемпионат страны

г. оздоровительная услуга

х. профессиональный турнир

и. аренда

й. домашний матч

22. Функциональная ценность спонсорского предложения проявляется в ...

а) величине цены при его продаже конечным потребителям

б) его способности удовлетворять потребности клиента в продвижении бренда через спортивное событие

с) готовности спортивного менеджмента выполнять функции маркетинга

д) его соответствии ценностям конкретного общества, отдельных целевых групп, а также потребителей и поставщиков

23. ... – это организация, которая продает спонсорские права на конкретное мероприятие, лигу, команду и т. д.

24. ... спонсорства – это процесс установления эффективных маркетинговых коммуникаций между брендом (спонсором) и аудиторией спортивной организации

25. Активации спонсорства необходима для ...

а) целесообразного использования средств, выделенных на рекламу бренда товаров или услуг

б) эффективного продвижения бренда товаров или услуг через спортивные организации и события

с) повышения привлекательности спортивного события

д) популяризации вида спорта среди людей, желающих вести здоровый образ жизни и овладевать спортивными навыками

26. Активация в спонсорстве – это ...

а) усиление активности действий спонсора в процессе продвижения бренда через спорт

б) запланированные мероприятия и программы, проводимые в рамках партнерства, которые обязательны для успеха, помогают в достижении целей и задач

с) наиболее активный этап действий спортивной организации по разработке предложений для спонсора, включающий определение основных способов и инструментов продвижения его бренда

27. Активация спонсорства – это ...

а) форма имущественного договора, при которой собственность передается одной стороной во временное владение и пользование другой стороне за плату

б) процесс установления эффективных маркетинговых коммуникаций между брендом (спонсором) и аудиторией спортивной организации (спонси)

с) процесс аренды торговой марки спортивной организации или авторского права на определенный объект для использования в сочетании с каким-либо товаром, услугой или рекламой

28. Активация спонсорства на спортивных соревнованиях может осуществляться в формах ...

а) брендинга пространства спортивного события

б) выставки продуктов спонсора в специальной зоне

с) размещения рекламы в местных средствах массовой информации

д) рассылка приглашений на соревнования от имени местной администрации

29. В процессе поиска спонсоров наиболее эффективными действиями являются ...

- a) размещение рекламы, рассылки, холодные звонки
- b) рассылки, холодные и горячие звонки, встречи
- c) проведение пресс-конференций, холодные и горячие звонки
- d) посты в соцсетях, размещение рекламы, встречи

30. В реестре спонсоров целесообразно фиксировать ...

- a) краткие характеристики компании, ее маркетинга, контакты руководства и ответственных специалистов
- b) данные об истории компании, ее рекламных кампаниях
- c) сведения о сотрудниках и руководителях компании, о ее планах на развитие

31. В случае если спонсор – известный и сильный бренд, а спонси – новый и малоизвестный проект, ... в процессе активации

- a) спонсор должен прилагать больше усилий
- b) спонсор и спонси должны прилагать равные усилия
- c) спонси должен прилагать больше усилий

32. В структуру предложений для спонсоров (спонсорский пакет) обычно входят такие компоненты, как ...

- a) характеристика целевых аудиторий
- b) процесс переговоров со спонсорами
- c) описание объекта спонсорства
- d) градация спонсорских статусов
- e) нормативно-правовое обеспечение спонсорства

33. В числе ключевых показателей эффективности спонсорства для организаторов спортивного события – ...

- a) участие в событии представителей местной власти
- b) степень удовлетворенности клиентов качеством события
- c) уровень доходов от спонсоров
- d) проведение события в престижном спортивном сооружении
- e) количество зрителей

34. В числе рыночных конкурентов спонсорским предложениям спортивной организации – ...

- a) другие средства продвижения спонсорами своих брендов
- b) посещение современных торговых центров покупателями
- c) предложения рекламных агентств
- d) выделение бюджетных средств для финансирования спортивной организации

35. В числе субъектов спонсорства в спортивных единоборствах – ...

- a) всероссийские и региональные спортивные федерации
- b) спортивные общества в социальных сетях
- c) профессиональные клубы единоборств
- d) организаторы турниров по единоборствам
- e) профессиональные спортивные лиги
- f) студенческие и школьные спортивные клубы

36. Градация в спонсорстве представляет собой ...

- a) распределение спонсоров по определенным категориям в

зависимости от величины их вклада и предоставляемым возможностям

б) разделение спонсорского пакета на категории в зависимости от величины и формы вкладов спонсоров и предоставляемым им возможностям

с) позиционирование спонсоров в рекламных материалах в зависимости от величины их вклада и рыночного статуса

37. Для построения персонального бренда профессионального атлета, имеющего хорошие спортивные результаты и перспективы, необходимо учесть целый ряд обстоятельств – личностные характеристики, специфику вида спорта и т.д. Выскажите предложение по популяризации атлета среди жителей его города для предложения его потенциальному спонсору из этого города. Ответ обоснуйте.

а) съемки рекламных роликов и их интенсивный показ по самым популярным телеканалам в течение трех недель. Это даст большой охват аудитории горожан, т.к. они смогут увидеть эти ролики

б) ведение авторских блогов в популярных социальных сетях. Это даст охват жителей города, т.к. большинство жители города являются постоянными пользователями соцсетей

с) участие атлета в городских мероприятиях, имеющих социальное значение. Это позволит показать, что спортсмен рядом с горожанами, помогает им в решении актуальных проблем, что сделает его более привлекательным для решения задач спонсора

38. Для эффективной активации бренда в спонсорстве могут быть использованы его стандарты, такие как ...

а) логотип и эмблема

б) постоянное место проведения события

с) стабильная цена на билеты

д) маскот

е) гимн, джингл

39. Информационное спортивное спонсорство представляет собой ...

а) выделение средств спонсором на создание сайта спортивной организации

б) проведение маркетинговых исследований в интересах спортивной организации

с) размещение рекламных и PR-материалов о спортивном событии в средствах массовой информации

40. К визуальным инструментам активации бренда спонсора следует отнести ...

а) логотип

б) слоган

с) фирменный стиль

д) маскот

е) гимн

41. К положительным сторонам отношений правообладателя спортивного события со спонсорами можно отнести ...

а) повышение ответственности перед спонсорами, в том числе

финансовой

- б) получение дополнительных ресурсов
- с) увеличение объемов работы
- д) повышение качества спортивного события
- е) необходимость в новых компетенциях
- ф) повышение воспринимаемой ценности события

42. Компания «Роснефть» является владельцем и одновременно единственным спонсором хоккейного клуба ЦСКА. Определите, к какому типу спонсорства следует отнести этот пример. Аргументируйте свое мнение.

а) это коммерческое спонсорство. Поскольку хоккейный клуб ЦСКА и «Роснефть» устанавливают отношения на открытом рынке, компания получает благодаря этому партнерству хорошую рекламу на свои целевые аудитории

б) это аффилированное спонсорство, поскольку «Роснефть», будучи владельцем клуба, вкладывает в него свои средства, стремясь получить имиджевые выгоды для бренда

с) это административное спонсорство, поскольку компания «Роснефть» выполняет указания властей и поддерживает легендарный хоккейный клуб

43. Маркетинг через спорт представляет собой ...

а) деятельность по продвижению любых, в том числе неспортивных B2C- и B2B-брендов через ассоциации со спортом

б) деятельность по организации спортивных событий федерациями и лигами

с) получение доходов заинтересованными лицами за счет ставок на спортивные события

44. Микроспонсорство представляет собой отношения между спонсором и спонси, характеризующиеся ...

а) небольшой стоимостью спонсорских прав (20–50 тыс. руб.)

б) коротким периодом контракта (1–2 дня)

с) использованием небольшого количества (3–4) средств активации

45. Многие специалисты в области спонсорства считают, что деление спонсорского пакета на иерархические уровни (градация) по цене и объему возможностей – генеральный спонсор, официальный спонсор, спонсор (или золотой, серебряный, бронзовый и т.п.) – является неэффективным, потому что ...

а) спонсорам нижестоящих уровней не нравится чувствовать себя менее статусными

б) спонсорам навязывают в более дорогом пакете ненужные опции, а в более дешевых пакетах – опции неэффективны

с) потенциальный спонсор может выбрать более дешевый пакет вместо более дорогого

46. Многие спортивные организации рассчитывают на то, что привлечение спонсоров станет решением их проблем с финансированием, а значит – дальнейшим успешным развитием, достижением высоких

спортивных результатов. Но для того, чтобы спонсор всерьез заинтересовался их предложением, необходимо проделать большую работу. Как следует поступить менеджерам спортивной организации, чтобы обеспечить успех привлечения спонсоров?

а) необходимо изучить целевые аудитории своего спортивного события, описать их характеристики. Затем следует подготовить предложения для спонсоров, которые могут заинтересоваться коммуникациями с целевыми аудиториями события

б) необходимо сосредоточиться на повышении качества спортивного события, сделать его привлекательным для зрителей и болельщиков. Затем следует тщательно продумать возможности коммуникаций спонсоров с целевыми аудиториями события и подготовить предложения для спонсоров

с) необходимо изучить возможности спортивного события как платформы для продвижения бренда спонсора. На основе знания аудитории события следует разработать предложения для спонсоров и подобрать персонал для осуществления продаж

47. Модель «треугольник спонсорства» включает ...

- а) спонсора
- б) Министерство спорта РФ
- с) правообладателя
- д) лицензиата
- е) целевую аудиторию

48. Модель «треугольник спонсорства», помимо спонсора и спортивной организации – правообладателя включает в себя ... (болельщиков), целевую аудиторию

49. Наиболее интересными для спонсоров видами спорта (спортивными дисциплинами) в России сегодня являются такие как ...

- а) футбол
- б) хоккей с шайбой
- с) конькобежный спорт
- д) прыжки в высоту
- е) марафон
- ф) хоккей с мячом

50. Неверно, что в структуру предложений для спонсоров (спонсорский пакет) обычно входят такие компоненты, как ...

- а) краткое изложение сути предложения
- б) реестр потенциальных спонсоров
- с) процесс активации спонсорства
- д) контакты для спонсоров

51. Неверно, что потенциальные спонсоры могут представлять ... отрасль

- а) автомобильную
- б) букмекерскую
- с) пивоваренную
- д) табачную

е) алкогольную

52. Неверно, что спонсорские активации на Олимпийских играх распространяются на ...

а) использование наружной рекламы спонсоров

б) размещение логотипов спонсоров на экипировке спортсменов

с) проведение спонсорами специальных акций до и во время Олимпийских игр

д) упоминание спонсоров в публикациях в средствах массовой информации

53. Неверно, что такие виды спорта, как ..., используют в качестве формы активации спонсорства экипировку спортсменов

а) плавание

б) шахматы

с) горные лыжи

д) водное поло

е) крикет

54. Основным объектом спонсорства профессионального баскетбольного клуба является ...

55. Партизанский маркетинг в спорте представляет собой ...

а) участие анонимных коммерческих представителей спортивной организации в процессе подготовки и проведения спортивных событий международного уровня

б) использование ажиотажа вокруг спортивного события в маркетинговых целях без согласования с правообладателями и без нарушения норм права

с) использование ажиотажа вокруг спортивного события в маркетинговых целях без согласования с правообладателями и с нарушениями норм права

д) уклонение от налогов при продаже спортивных продуктов (событий, услуг, товаров или информации)

56. Установите соответствие между этапами работы со спонсорами и их содержанием:

а. определение объекта спонсорства

б. активация спонсорских отношений

с. оценка маркетингового потенциала объекта спонсорства

д. поиск спонсоров

е. разработка предложений для спонсоров

57. Эффективность партнерства спонсора спортивной организации оценивается ...

а) ростом известности бренда спонсора

б) появлением новых клиентов

с) получением нового опыта

д) объемом затраченных на спонсорство средств

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование»

студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85 -100% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

3. Разноуровневые задачи и задания

Примерная тематика эссе

Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы и предложите использование.

1. Индустрия спорта в России: состояние и перспективы развития.
2. Современное состояние мировой экономики спорта.
3. Внешняя торговля России спортивными товарами.
4. Характеристика рыночного спроса, величина спроса. Раскройте влияние неценовых факторов на спрос.
5. Сущность и функции денег.
6. Место и роль спортивной индустрии в экономике России.
7. Тенденции развития рынка ФКиС услуг в России.
8. Новые виды физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг.
9. Экономические аспекты международных нормативно-правовых актов по физической культуре и спорту.
10. Сегментация рынка индустрии спорта в России.
11. Динамика спроса и предложения на рынке спортивной индустрии в России.
12. Проблемы занятости на рынке спортивной индустрии в России.
13. Современное состояние мировой экономики спорта.
14. Внешняя торговля России спортивными товарами.

Задача 1

Футбольный клуб «Х» с 1 июля 2013 года продал трансфер своего воспитанника в клуб «У» за 3 млн. евро. Подъемные составили 1 млн. евро, вознаграждение агента – 1% от трансферной стоимости. Срок контракта – 4 года. З/п игрока – 3 млн. евро.

Игрок провел в клубе 7 месяцев, после чего его контракт был выкуплен клубом «Z» за 2 млн. евро. Срок контракта – 41 месяц. З/п – 1,5 млн. евро. Подъемные не выплачивались.

Вознаграждение агента – 1,5% от трансферной стоимости.

С 1 июля 2015 года игрок отдан в аренду в клуб «Т» на весь сезон за 0,5 млн. евро.

З/п – 1 млн. евро. По окончании сезона, с 1 июля 2016 года его трансфер выкуплен за 2 млн. евро. Срок контракта – 3 года. З/п – 0,6 млн. евро. Все 3 года он провел в клубе «Т», после чего завершил карьеру.

Рассчитать финансовый результат для всех 4-х упомянутых клубов.

Задача 2

Провести вертикальный и горизонтальный анализ, рассчитать коэффициенты ликвидности (2), финансового рычага (3), рентабельности (4), оборачиваемости (4).

Методические рекомендации:

На основе изучения основных теоретических положений следует сформулировать собственное обоснованное мнение по проблемам и возможным путям их решения в данной области (в зависимости от конкретной постановки вопроса).

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству

«разноуровневые задания и задачи»

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями
4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Сущность и значение экономики спорта в общей структуре экономики России.
2. Основные показатели экономики физической культуры и спорта.
3. Понятие и сущность социально-культурной услуги применительно к индустрии спорта.
4. Основные различия между материальными и социально-культурными услугами индустрии спорта.
5. Классификационные признаки социально-культурных услуг.
6. Современное состояние экономики спорта в России.
7. Индустрия спорта в России: состояние и перспективы развития.
8. Место и роль спортивной индустрии в экономике России.
9. Характерные черты глобализации рынка спортивной индустрии.
10. Современные тенденции и перспективы развития мирового рынка спортивной индустрии.
11. Основные показатели эффективности эксплуатации спортивных сооружений, используемые в мировой практике?
12. Основные требования к процессу повышения эффективности управления спортивным объектом.
13. Факторы и показатели экономического эффекта от проведения международных соревнований.
14. Современное состояние мирового рынка спортивной индустрии.
15. Современное состояние мировой экономики спорта.
16. Внешняя торговля России спортивными товарами.

17. Основных участников рынка спортивной индустрии в России.
18. Экономические механизмы, характерные для рынка спортивной индустрии в России.
19. Факторы внешней среды, оказывающие наибольшее влияние на развитие рынка спортивной индустрии в России.
20. Основные экономические показатели развития рынка спортивной индустрии.
21. Особенности организационно-правовых форм юридических лиц на рынке спортивной индустрии в России.
22. Структура рынка спортивной индустрии, сложившаяся на сегодняшний день в России.
23. Характерные особенности американской модели экономики спорта.
24. Основные черты экономики спорта в Европе.
25. Экономические факторы, доминирующие в американской модели развития экономики спорта.
26. Особенности американской и европейской моделей экономики спорта.
27. Динамика спроса и предложения на рынке спортивной индустрии в России.
28. Проблемы занятости на рынке спортивной индустрии в России.
29. Экономические аспекты международных нормативно-правовых актов по физической культуре и спорту.
30. Сегментация рынка индустрии спорта в России
31. Понятие финансов спортивных организаций
32. Финансовый менеджмент как система управления в спортивной организации.
33. Основные источники финансирования спортивной отрасли в России.
34. Особенности государственного финансирования спортивной индустрии.
35. Спонсорство как источник внебюджетного финансирования.
36. Основные принципы государственного финансирования спорта в России.
37. Структура и объем государственных расходов на спортивную отрасль
38. Какие наиболее типичные источники характерны для финансирования спортивной индустрии в зарубежных странах
39. Особенности финансирования спорта в России на региональном и местном уровне
40. Источники внебюджетного финансирования спортивной отрасли.
41. Принципы внебюджетного финансирования спортивной индустрии
42. Финансирования спортивных организаций по международной линии
43. Особенности предпринимательской деятельности в спорте как источника финансирования

44. Основная информация для составления бюджета
45. Особенности бюджета спортивной организации.
46. Процедура составления бюджета.
47. Функции и структура бюджета спортивной организации.
48. Направления финансово-хозяйственной деятельности спортивной организации.
49. Особенности ценообразования на услуги спортивного центра.
- Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль (экзамен)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)