

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

### Программа дисциплины

Мастер-класс "Искусство спортивного промоутера" Б1.В.ДВ.9

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Юсупов Ш.Р.

**Рецензент(ы):**

Морозова Г.В.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 941874517

Казань  
2017

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Юсупов Ш.Р. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Shamil.Jusupov@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Изучение специфики деятельности современного спортивного промоутера. Рассмотрение деятельности промоутера с практической точки зрения, т.е. на примере конкретных действий и мероприятий. Также рассматриваются взаимодействия спортивного промоутера с различными, государственными и коммерческими структурами, в том числе и договорные отношения. Изучаются особенности промоутерской деятельности в рамках спортивной индустрии в РФ.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.9 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Мастер-класс 'Искусство спортивного промоутера' относится к числу базовых курсов в программе подготовки бакалавра по профилю 'Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте'. Для его изучения необходимы знания, полученные в курсах 'Основы государства и права', 'Менеджмент в спорте', 'Маркетинг', 'Социология'. На мастер-класс 'Искусство спортивного промоутера' могут, в той или иной степени, опираться различные дисциплины профиля 'Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте', а также курсы, ориентированные на изучение практических аспектов в области связей с общественностью в целом или конкретных наук по соответствующему профилю в подготовке бакалавра и далее, по программе магистратуры.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
ок-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
ок-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
ок-7	способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
опк-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
опк-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность (ОПК-2);
опк-4	умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
опк-5	умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-11	владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).
пк-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);
пк-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
пк-5	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- Сферу деятельности спортивного промоутера в РФ и за рубежом;
- Приоритетные направления в современной промоутерской деятельности в сфере спортивной индустрии в РФ и за рубежом;
- Компетенции спортивного промоутера.
- Наиболее авторитетных спортивных промоутеров в России и за рубежом.

2. должен уметь:

- анализировать отечественный и зарубежный опыт спортивных промоутеров;
- оценивать эффективность деятельности спортивного промоутера по различным критериям;

3. должен владеть:

- навыками промоутерской деятельности с учетом специфики современной спортивной индустрии в РФ;
- терминологическим аппаратом предмета 'Искусство спортивного промоутера';
- знать этические и правовые нормы деятельности спортивного промоутера в РФ и за рубежом.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- Применять полученные знания на практике

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);  
 55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);  
 54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие, сфера профессиональной деятельности, функции спортивного промоутера	7	1-3	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Правовые и этические нормы в деятельности спортивного промоутера	7	4-6	2	2	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Практические аспекты деятельности спортивного промоутера в России и за рубежом	7	7-9	2	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Промоутерская деятельность в профессиональном спорте	7	10-12	4	4	0	Презентация Устный опрос
5.	Тема 5. Промоутерская деятельность в любительском, массовом спорте	7	13-15	4	4	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Промоутерская деятельность в студенческом спорте, в школах Олимпийского резерва, ДЮСШ	7	16-17	4	4	0	Тестирование Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	18	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. Понятие, сфера профессиональной деятельности, функции спортивного промоутера**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятия "промоутер", "промоутерская кампания" в спорте. Спортивный "промоушэн". Причины возникновения сферы спортивного "промоушен".

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Критерии профессиональной подготовки спортивного промоутера. 2. Основные направления деятельности спортивного промоутера.

**Тема 2. Правовые и этические нормы в деятельности спортивного промоутера**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Юридическая база промоутерской деятельности в спорте. Правовой статус спортивного промоутера. Контрактные отношения в промоутерской деятельности. Форсмажорные обстоятельства. Регулирование рисков.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Этические аспекты деятельности спортивного промоутера. 2. Страхование промоутерской деятельности в спорте.

**Тема 3. Практические аспекты деятельности спортивного промоутера в России и за рубежом**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Финансирование промоутерской деятельности. Фандрайзинг. Взаимоотношения со СМИ.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Принципы взаимоотношений спортивного промоутера с телевидением на примере сотрудничества американских промоутеров с телевизионными каналами HBO, ESPN, ESPN 2, ShowTime и т.д. 2. Промоутерская деятельность в отечественной спортивной индустрии.

**Тема 4. Промоутерская деятельность в профессиональном спорте**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Функции спортивного промоутера. Взаимоотношения по схеме агент-менеджер-промоутер-федерация по видам спорта. Финансовая политика.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Промоутерская деятельность за рубежом: США Германия Англия Япония Отечественная практика.

**Тема 5. Промоутерская деятельность в любительском, массовом спорте**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Промоутерская деятельность в "олимпийских видах" спорта. Финансовая политика.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Отечественная и зарубежная практика олимпийского "Promotion".

**Тема 6. Промоутерская деятельность в студенческом спорте, в школах Олимпийского резерва, ДЮСШ**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Статус спортивного промоутера в учебных заведениях. Координация деятельности команд по видам спорта, спортивных клубов учебных заведений, студенческих федераций по видам спорта.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Рекрутинг и контрактирование молодых спортсмен. 2. Организация промоутерской деятельности в ВУЗе (на примере университета Leed?s Metropolitan (Англия)).

**4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
---	-------------------	---------	-----------------	---------------------------------------	------------------------	---------------------------------------

1.	Тема 1. Понятие, сфера					
----	------------------------	--	--	--	--	--

профессиональной деятельности, функции спортивного промоутера

устному опросу



№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Правовые и этические нормы в деятельности спортивного промоутера	7	4-6	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
3.	Тема 3. Практические аспекты деятельности спортивного промоутера в России и за рубежом	7	7-9	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
4.	Тема 4. Промоутерская деятельность в профессиональном спорте	7	10-12	подготовка к презентации	4	презентация
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
5.	Тема 5. Промоутерская деятельность в любительском, массовом спорте	7	13-15	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
6.	Тема 6. Промоутерская деятельность в студенческом спорте, в школах Олимпийского резерва, ДЮСШ	7	16-17	подготовка к тестированию	4	тестирование
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
Итого					36	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- выполнение творческих заданий, заключающихся в переводе теоретической информации в схематическую и образно-схематическую форму;
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### **Тема 1. Понятие, сфера профессиональной деятельности, функции спортивного промоутера**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Профессия спортивный промоутер 2. Функции спортивного промоутера. 3. Полномочия спортивного промоутера

### **Тема 2. Правовые и этические нормы в деятельности спортивного промоутера**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Права и обязанности спортивного промоутера. 2. Лицензирование промоутерской деятельности в спорте. 3. Промоутерское соглашение. 4. Этические аспекты деятельности спортивного промоутера.

### **Тема 3. Практические аспекты деятельности спортивного промоутера в России и за рубежом**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Спортивный промоушен. 2. Промоутер как связующее звено между спортсменом, менеджером, агентом и федерацией. 3. Взаимодействие промоутера и СМИ.

### **Тема 4. Промоутерская деятельность в профессиональном спорте**

презентация , примерные вопросы:

Примерная тематика рефератов: 1. Организация коммерчески привлекательных спортивных шоу. 2. Привлечение инвестиций в спорт. 3. Профессионально-зрелищный спорт как ключевая сфера деятельности спортивного промоутера.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Критерии коммерческой привлекательности спортивных шоу. 2. Фандрайзинг в индустрии спорта. 3. Профессионально-зрелищный спорт как привлекательный коммерческий проект.

### **Тема 5. Промоутерская деятельность в любительском, массовом спорте**

устный опрос , примерные вопросы:

1. Особенности промоутерской деятельности в олимпийском движении. 2. Олимпийские виды спорта. 3. Финансирование олимпийских видов спорта

### **Тема 6. Промоутерская деятельность в студенческом спорте, в школах Олимпийского резерва, ДЮСШ**

тестирование , примерные вопросы:

контрольные тесты: ЗАДАНИЕ 1. Выявить целевое назначение и дать комплексную типологическую характеристику деятельности спортивного промоутера. ЗАДАНИЕ 2. Охарактеризовать содержание промоутерской деятельности в зависимости от вида спорта ЗАДАНИЕ 3. Составить перечень специфических личностных черт необходимых для профессиональной деятельности спортивного промоутера. ЗАДАНИЕ 4. Составить проект промоутерского соглашения (контракта) между промоутером и спортсменом, командой, федерацией, оргкомитетом соревнований (по заданию преподавателя). ЗАДАНИЕ 5. На основе самостоятельного анализа периодической печати выявить наиболее перспективные, с точки зрения промоутерской деятельности, виды спорта. ЗАДАНИЕ 6. Разработать план привлечения инвестиций для осуществления промоутерской деятельности в определенном виде спорта (по заданию преподавателя).

устный опрос , примерные вопросы:

1. Промоутер как физическое лицо. Признаки и функции. 2. Промоутер как юридическое лицо. Признаки и функции. 3. Ведущие отечественные и зарубежные промоутеры и промоутерские кампании

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к экзамену:

тематика рефератов:

1. Спортивный промоутер, как важнейший элемент функционирования спортивной индустрии.
2. История становления профессии - спортивный промоутер.
3. Правовые аспекты деятельности спортивного промоутера.
4. Фандрайзинг, как элемент профессиональной промоутерской деятельности в спорте.
5. Этические нормы в деятельности спортивного промоутера в РФ и за рубежом.
6. Полномочия, ответственность спортивного промоутера.
7. Спортивный "промоушэн" в современной России.
8. Критерии "привлекательности" вида спорта, с точки зрения промоутерской деятельности.
9. Промоутерская деятельность и телевидение.
10. Специфика промоутерской деятельности в спортивных организациях учебных заведений.

### **7.1. Основная литература:**

1. Переверзев М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебное пособие / М.П. Переверзев, Т.В. Косцов; Под ред. М.П. Переверзева. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 192 с.  
<http://znanium.com/bookread.php?book=347695>
2. Леднев В. А. Менеджмент в индустрии спорта : сб. ст. Вып. 1 [Электронный ресурс] / под ред. В. А. Леднева. - М.: МФПУ Синергия, 2012. - 200 с.  
<http://znanium.com/go.php?id=451311>
3. Романов А. А. Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 384 с.  
<http://znanium.com/bookread.php?book=226894>

### **7.2. Дополнительная литература:**

1. Алексина С. Б. Методы стимулирования продаж в торговле: Учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталева, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 304 с.  
<http://znanium.com/bookread.php?book=364993>
2. Клепик, М. С. Увеличение продаж без особых материальных затрат: клиентинг без бюджета [Электронный ресурс] / М. С. Клепик. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2012. - 88 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=430534>
3. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 128 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=415129>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

- The Gallup Organization World Wide Web Server Институт Гэллопа. - <http://www.gallup.com/index.html>
- Всероссийский центр уровня жизни [электронный ресурс] - <http://www.vcug.ru>
- Национальная информационная сеть - <http://www.infosport.ru>
- Олимпийский комитет России - <http://www.olympic.ru>
- Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту - <http://lib.sportedu.ru>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Мастер-класс "Искусство спортивного промоутера"" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

- проектор и ноутбук;
- принтер и копировальный аппарат для создания раздаточных материалов;
- интерактивная доска в мультимедийном классе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в туризме и спорте .

Автор(ы):

Юсупов Ш.Р. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.