

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Мастер-класс "Искусство спортивного промоутера" Б3.ДВ.3

Направление подготовки: 031600.62 - 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):

проф. Тайсина Э.А., проф. Беляев В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No 941826114

Казань

2014

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 Отделение массовых коммуникаций ,
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 " Б3.ДВ.3 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 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-1	владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ок-17	знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии
пк-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-9	обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

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

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 зарубежом.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- Применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 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.	8	1-3	6	6	0	устный опрос
2.	Тема 2. Правовые и этические нормы в деятельности спортивного промоутера.	8	4-6	6	6	0	устный опрос
3.	Тема 3. Практические аспекты деятельности спортивного промоутера в России и зарубежом.	8	7-9	6	6	0	устный опрос
4.	Тема 4. Промоутерская деятельность в профессиональном спорте.	8	10-12	6	6	0	презентация устный опрос
5.	Тема 5. Промоутерская деятельность в (массовом) любительском спорте.	8	13-15	6	6	0	презентация устный опрос
6.	Тема 6. Промоутерская деятельность в ВУЗах, СУЗах, Школах Олимпийского резерва, ДЮСШ.	8	16-17	4	4	0	презентация устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	экзамен
	Итого			34	34	0	

4.2 Содержание дисциплины

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

лекционное занятие (6 часа(ов)):

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

практическое занятие (6 часа(ов)):

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

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

лекционное занятие (6 часа(ов)):

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

практическое занятие (6 часа(ов)):

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

Тема 3. Практические аспекты деятельности спортивного промоутера в России и зарубежом.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Финансирование промоутерской деятельности. Фандрайзинг. Взаимоотношения со СМИ.

практическое занятие (6 часа(ов)):

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

Тема 4. Промоутерская деятельность в профессиональном спорте.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

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

практическое занятие (6 часа(ов)):

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

Тема 5. Промоутерская деятельность в (массовом) любительском спорте.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

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

практическое занятие (6 часа(ов)):

Отечественная и зарубежная практика олимпийского "Promotion".

Тема 6. Промоутерская деятельность в ВУЗах, СУЗах, 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)):

Рекрутинг и контрактное оформление молодых спортсменов. 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.	8	1-3	подготовка к устному опросу	14	устный опрос

N	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.	8	4-6	подготовка к устному опросу	14	устный опрос
3.	Тема 3. Практические аспекты деятельности спортивного промоутера в России и зарубежом.	8	7-9	подготовка к устному опросу	14	устный опрос
4.	Тема 4. Промоутерская деятельность в профессиональном спорте.	8	10-12	подготовка к презентации	6	презентация
				подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Промоутерская деятельность в (массовом) любительском спорте.	8	13-15	подготовка к презентации	4	презентация
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
6.	Тема 6. Промоутерская деятельность в ВУЗах, СУЗах, Школах Олимпийского резерва, ДЮСШ.	8	16-17	подготовка к презентации	4	презентация
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
Итого					76	

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 зарубежом.

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:

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 (массовом) любительском спорте.

презентация , примерные вопросы:

1. Промоутерская деятельность в олимпийских видах спорта. 2. Поиск, отбор, рекрутирование и подготовка спортсменов-профессионалов.

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 ВУЗах, СУЗах, Школах Олимпийского резерва, ДЮСШ.

презентация , примерные вопросы:

1. Специфика промоутерской деятельности в образовательных учреждениях. Зарубежный опыт.

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 проутера.
4. Фандрайзинг, как элемент профессиональной промоутерской деятельности в спорте.
5. Этические нормы в деятельности спортивного промоутера в РФ и зарубежом.
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.

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).

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. Крышталев, 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:

Международный каталог спортивных интернет-ресурсов / Национальная информационная сеть - <http://www.sportfiles.ru>

портал спортивной информации - <http://championat.com>

"Российская газета" (официальный источник опубликования законов и подзаконных нормативных правовых актов органов власти Российской Федерации). - <http://www.rg.ru>

Совет при Президенте Российской Федерации по развитию физической культуры и спорта, подготовке и проведению XXII Олимпийских зимних игр, XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи, XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 года в г. Казани, чемпионата мира по футболу 2018 года - <http://www.sportsovet.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 031600.62 "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):

проф. Тайсина Э.А., проф. Беляев В.А. _____

"__" _____ 201__ г.