

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Брендинг в индустрии спорта Б1.В.ДВ.04.02

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Спортивная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Автор(ы): Лаптев В.В.

Рецензент(ы): Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 20__ г.

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

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 20__ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Лаптев В.В. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Valentin.Laptev@kpfu.ru

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

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3	Способен к организации работы подразделения СМИ, включая разработку концепции авторских проектов, планирование и координацию деятельности подразделения, анализ результатов деятельности подразделения, установление и поддержание контактов с внешней средой
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-2	способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-6	способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен демонстрировать способность и готовность:

использовать полученные знания на практике

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.04.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.02 "Журналистика (Спортивная журналистика)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе в 4 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

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

Контактная работа - 10 часа(ов), в том числе лекции - 2 часа(ов), практические занятия - 8 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 94 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 4 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 4 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Торговая марка и бренд: основные понятия и определения.	4	2	0	0	16

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Макросреда и марочная стратегия фирмы	4	0	2	0	18
3.	Тема 3. Понятие и особенности брендинга в индустрии спорта	4	0	2	0	20
4.	Тема 4. Основные этапы спортивного брендинга	4	0	2	0	20
5.	Тема 5. Особенности спортивного брендинга в России	4	0	2	0	20
	Итого		2	8	0	94

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Торговая марка и бренд: основные понятия и определения.

Сущность и значение торговой марки в деятельности компании. Влияние торговой марки на микроокружение фирмы. Марочные и безмарочные товары. Торговая марка как символ фирмы. Особенности торговой марки. Классификация торговых марок: первичные, вторичные и третичные. Торговая марка канала распределения, совместный брендинг, частичные торговые марки, торговая марка-истребитель. Оценка торговой марки. Понятие и основные признаки бренда. Ценностный аспект бренда. Сходства и различия между товарным знаком и брендом.

Тема 2. Макросреда и марочная стратегия фирмы

Факторы макросреды и формирование марочной политики предприятия: глобализация рынков, изменение отраслевых структур, информационная революция и повышение ожиданий покупателей. Основные стратегии марочной политики фирмы. Выход на международные рынки и формирование мультинациональных спортивных брендов.

Тема 3. Понятие и особенности брендинга в индустрии спорта

Брендинг как наука и искусство. История развития брендинга. Классическая модель бренд-менеджмента. Модель бренд-лидерства. Корпоративный и товарный брендинг. Качество и сила бренда. Системный подход к разработке бренда: патентно-правовые, рекламно-психологические и конструктивно-технологические требования к товарному знаку.

Брендинг в спорте. Индустрия спортивных брендов.

Тема 4. Основные этапы спортивного брендинга

Маркетинг как первый этап построения бренда: анализ рыночной ситуации, SWOT-анализ и анализ производимого товара. Сравнения и преимущества бренда. Позиционирование спортивного бренда. Концепция позиционирования бренда. Разработка идентичности бренда в индустрии спорта, Формирование атрибутов спортивного бренда: основные особенности.

Тема 5. Особенности спортивного брендинга в России

Особенности спортивного брендинга и специфика рынка спортивных брендов в постсоветской России. Развитие спортивных брендов в современной России. Государственная политика РФ в области спортивного брендинга (здоровый образ жизни и развитие массового спорта). Правовая защита товарных знаков в современной России.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/24/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 4			
	Текущий контроль		
1	Кейс	УК-2, УК-3, УК-1, ПК-3, УК-6	1. Торговая марка и бренд: основные понятия и определения. 2. Макросреда и марочная стратегия фирмы 3. Понятие и особенности брендинга в индустрии спорта 4. Основные этапы спортивного брендинга
2	Контрольная работа	УК-6, УК-3, УК-2, УК-1, ПК-3	1. Торговая марка и бренд: основные понятия и определения. 2. Макросреда и марочная стратегия фирмы 3. Понятие и особенности брендинга в индустрии спорта 4. Основные этапы спортивного брендинга 5. Особенности спортивного брендинга в России
3	Творческое задание	УК-1, ПК-3	5. Особенности спортивного брендинга в России
	Зачет	ПК-3, УК-1, УК-2, УК-3, УК-6	

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 4					
Текущий контроль					

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Кейс	Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для нахождения решения проблемных ситуаций. Прекрасное владение знаниями и навыками, необходимыми для решения кейса. Высокий уровень самостоятельности, инициативности, креативности, коммуникативных навыков, способности к планированию и предвидению результатов.	Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для нахождения решения проблемных ситуаций. Достаточное владение знаниями и навыками, необходимыми для решения кейса. Хороший уровень самостоятельности, инициативности, креативности, коммуникативных навыков, способности к планированию и предвидению результатов.	Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для нахождения решения проблемных ситуаций. Слабое владение знаниями и навыками, необходимыми для решения кейса. Низкий уровень самостоятельности, инициативности, креативности, коммуникативных навыков, способности к планированию и предвидению результатов.	Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для нахождения решения проблемных ситуаций. Недостаточное владение знаниями и навыками, необходимыми для решения кейса. Недостаточный для решения профессиональных задач уровень самостоятельности, инициативности, креативности, коммуникативных навыков, способности к планированию и предвидению результатов.	1
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	2
Творческое задание	Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.	Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.	Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.	3
	Зачтено		Не зачтено		

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Зачет	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 4

Текущий контроль

1. Кейс

Темы 1, 2, 3, 4

Требования к выполнению кейсовых заданий:

Методические рекомендации студентам по решению кейсов (анализ конкретной ситуации)

Традиционно кейс отражает конкретную ситуацию, требующую управленческих решений со стороны менеджмента компании. Сегодня кейс активно используется в качестве инструмента обучения и оценки, в бизнесе ? при отборе и оценке персонала на профпригодность и коммуникативные качества.

При обучении методом анализа конкретной ситуации вам предоставляют информацию о ситуации в организации, часто в смешанной форме, например, письменное описание ситуации, ?рисунки? и определенная количественная информация. Некоторые кейсы очень кратки и состоят их нескольких страниц описания событий в организации и ее проблем, вместе, скажем, с финансовой информацией в виде таблиц. Другие более обширны и включают в себя ?подлинную? информацию, такую как выдержки из прессы, копии внутренних распоряжений, отчеты по исследованиям ? возможности здесь большие. В процессе обучения знакомство с большим диапазоном концепций, теорий, систем взглядов и методов представляет собой лишь начало овладения профессиональными навыками. Более важно умение применять эти методы к сложным и запутанным ситуациям, которые составляют природу менеджмента. Успех их применения зависит от понимания контекста применения и способности распутать сложную ситуацию. Кейсы, которые представляют собой организационные ситуации, предоставляют такой контекст и, как правило, определенный уровень сложности.

Предоставляя контекст, к которому вы можете приложить ваши профессиональные знания, кейсы также дают возможность применить на практике широкий спектр навыков общего назначения, таких как:

1. чтение и конспектирование,
2. построение схем (визуализацию информации и связей),
3. анализ информации,
4. преодоление сложности и неопределенности,
5. работу в группах,
6. управление временем,
7. проведение письменных и устных презентаций.

Независимо от природы предоставленного вам кейса, для его успешного решения вам нужно будет:

1. ?проанализировать? его. Это подразумевает выявление того, что и почему происходит, что может произойти и почему,
2. подробно и аргументировано объяснить ситуацию,
3. оценить уже принятые менеджментом организации меры,
4. обсудить возможные будущие действия и сравнить их возможную эффективность.

Работа над кейсом начинается с вдумчивого прочтения кейса и заданий к нему.

Для адекватного решения любого кейса от студента требуются такие навыки, как:

1. определение лиц, чьи интересы затрагивает проблемная ситуация;
2. умение учитывать их различные, зачастую противоположные интересы и точки зрения;
3. понимание более широкого контекста, в рамках которого находится рассматриваемая проблемная ситуация;
4. как конкретная ситуация связана с другими организационными проблемами;
5. определение того, какая имеющаяся или доступная информация может пролить свет на ситуацию и в какой степени эта информация будет надежной;
6. умение разбираться в представлениях о ситуации;
7. умение работать с неоднозначностью и неопределенностью, поскольку кейс никогда не предоставляет полной информации;

8. умение выявить суть проблемной ситуации ? основные проблемы ситуации, факторы, повлиявшие на их возникновение, задействованные причинные связи и/или вероятные последствия осуществленных и возможных будущих действий;

9. с учетом этого понимания ? умение разработать необходимые для разрешения проблемной ситуации действия. Основной ошибкой в процессе работы над кейсом является пересказ содержания кейса своими словами. От студента требуется представить собственную версию происходящего, включающую как анализ ситуации, так и перспективы ее разрешения.

Помните, что практически любой кейс предполагает множественные варианты развития событий, а правильность его решения определяется представленными студентом аргументами.

Пример кейса:

а) Исследование значения бренда в социальной действительности выявляет, что смена приоритетов, которую повлек за собой переход к обществу потребления, актуализировала брендинг спортивной сферы. Спорт сам по себе как институализация различных видов физической активности не может удовлетворить все потребности индивида, поэтому возникает кооперация самых различных элементов культурной среды и спортивных практик. При этом в условиях обострения конкуренции в спорте производители спортивного продукта вынуждены искать новые механизмы воздействия на целевые аудитории с целью завоевания их доверия. Брендинг ? один из наиболее значимых научно-практических методов.

С точки зрения содержательного наполнения термина, ?спортивный брендинг? является сравнительно новой отраслью. В то же время его идеи воплощаются уже несколько десятилетий во многих странах мира. Спортивный брендинг в широком смысле (не путать с брендингом в индустрии спорта) ? это системная работа с населением, направленная на: формирование нормативной спортивной культуры; понимание необходимости ведения здорового образа жизни; знакомство жителей с существующими спортивными направлениями; поддержание интереса к спортивным мероприятиям; формирование позитивного имиджа страны через проведение крупномасштабных мероприятий.

При этом, спортивный брендинг в первую очередь связан с развитием и пропагандой спорта высоких достижений, поскольку именно он в большей степени ?поддается? коммерциализации и способен в принципе приносить прибыль. В основе концептуального развития бренда в спорте лежат различные характеристики, которые являются, с одной стороны, отражением требований рынка, с другой ? инструментом его развития. Так, в условиях глобализации спорта становится необходимым учет тенденций, обуславливающих развитие спорта высших достижений: во-первых, это профессионализация спорта, во-вторых, его коммерциализация, в-третьих, политизация. Кроме того, ни один из видов спорта не может соперничать с другими по всем направлениям ? отсюда роль имиджевых и репутационных драйверов в коммуникационных программах и проектах продвижения спортивных брендов.

б) 52% россиян занимаются спортом, однако лишь 13 % из них делают это регулярно, 21 % ? время от времени, а 18 % ? крайне редко. Поддерживать себя в хорошей физической форме в большей степени старается молодёжь (78 % респондентов в возрасте от 18 до 24 лет), активные интернет-пользователи (66 %) и люди с высшим образованием (61 %).

Ровно половина участников опроса предпочитает заниматься спортом дома. Ещё 22 % бегают и разминаются на стадионах и спортивных площадках, причём мужчины выбирают такой тип тренировки чаще женщин (31 % против 18 %, соответственно). Ходят в спортивные секции или бассейн 13 % опрошенных, а 12 % выбирают занятия на тренажёрах или комплекс упражнений в фитнес-клубе.

Следят за своим питанием 49 % респондентов. При этом 36 % просто стараются употреблять здоровую пищу, а 13 % соблюдают диету. Каждый пятый участник опроса (23 %) признался, что ест всё что угодно.

1. Как Вы полагаете, способен ли спортивный брендинг как общественно-политическое и экономическое явление современности сыграть ключевую роль в формировании приоритетов здорового образа жизни среди россиян. Ответ поясните.

2. Какими обстоятельствами, на Ваш взгляд, обусловлены представленные выше статистические данные? Как Вы их оцениваете?

3. Способна ли концепция спортивного брендинга являться основой государственной политики в сфере спорта? Ответ аргументируйте.

2. Контрольная работа

Темы 1, 2, 3, 4, 5

1. Торговая марка ? неотъемлемая принадлежность фирмы.
2. Значение торговой марки в деятельности компании.
3. Формирование имиджа спортивного бренда.
4. Спортивный бренд и создание фирменного стиля.
5. Бренд и торговая марка в бизнесе и политике.
6. Концепция ?марочного капитала?.
7. Использование марочных стратегий в торговой политике.
8. Спортивный брендинг ? история и современность.
9. Модель бренд-лидерства в современной экономической практике.
10. Создание корпоративных и товарных спортивных брендов.
11. Оценка качества бренда.
12. Спортивные бренды на Западе ? история создания и развития.
13. Использование марочных стратегий в торговой политике.

14. Особенности марочной стратегии при выходе компании на международные рынки.
15. История развития законодательства о товарных знаках в России.
16. Особенности марочной политики отечественных фирм-производителей.
17. Российское законодательство о товарных знаках.
18. Развитие некоммерческого брендинга в современном обществе: Запад и Россия.

3. Творческое задание

Тема 5

Текст задания:

Мысли о здоровом образе жизни захватили сознание всей молодежи, и картина мира складывается по-новому. Сегодня на вечеринках обсуждается не алкоголь и тусовки ночи напролет, а органические продукты питания и то, как важно соблюдать режим дня. Спорт отчасти вытеснил классическую одежду и на мировых подиумах, в результате чего уже не считается дурным тоном носить платье с кроссовками, а на пике популярности парки, худи, толстовки, свитшоты в сочетании с силуэтными жакетами и плащами. Неотъемлемой частью гардероба стали кроссовки и ветровки ? удобная спортивная одежда теперь вполне годится не только для пробежек, но и для городской среды. Любой уважающий себя молодой человек регулярно посещает фитнес-клуб, у него есть личный тренер, он знает, как и когда нужно правильно употреблять белки, жиры и углеводы. Социальные сети пестрят фотографиями девушек и парней в спортзалах, рецептами правильного питания и мотивационными картинками. Инстаграм пропагандирует здоровый образ жизни. А пить и курить ? вообще прошлый век.

Причем ?здоровые тенденции? внедрились во все сферы жизни и почитаются не только молодежью, но и людьми старшего поколения. А если знать актуальные тренды, то очевидным становится то, на чем можно заработать, и какой бизнес даст наибольшие гарантии жизнеспособности. Особенно предприимчивые люди не упустили свой шанс и вовремя использовали моду на ЗОЖ в свою пользу.

Казалось бы, наибольший кусок этого лакомого пирога достаётся фитнес-клубам и спортивным центрам. Но фитнес-индустрия и так насыщена предложениями и неохотно принимает новичков. Да и дела обстоят так, что в выигрыше все равно остаются те игроки, которые давно работают на рынке и успели сформировать свою аудиторию.

Придумать уникальный продукт несложно. Но придумать уникальный продукт, который будет интересен рынку и востребован клиентами, ? задача куда серьёзнее.

Поэтому рассмотрим варианты франшиз ? ведь предприниматели уже все сделали за вас.

Хлеб

Бездрожжевой хлеб, несмотря на свою специфичность, имеет все шансы обрести популярность и свою целевую аудиторию. На волне тенденции здорового образа жизни, особенно в крупных городах, когда правильным и полезным должно быть все, начиная от режима дня и заканчивая питанием, низкокалорийный продукт должен прийти по вкусу всем. На это и делает ставку компания ?Хлеб для жизни?.

?Брецель? ? производитель хлеба по традиционным старинным рецептам. Компания принципиально использует только натуральные ингредиенты в стремлении вернуть на столы потребителей вкусный, натуральный и полезный хлеб, улучшая качество повседневной жизни.

Чай

Сегодня чай пуэр компании Essence Tea идеально вписывается в моду на ЗОЖ, натуральные продукты, красоту и здоровье, поэтому пользуется высоким спросом у людей всех возрастов и интересов.

Спорт

С каждым годом появляются все более интересные и работающие бизнес-идеи, о многих из которых можно только подумать: ?Почему я не догадался??. Например, что еще можно предложить людям, увлеченным спортом, в мире, который захватили фитнес-центры и йога-хаусы? Какой бизнес будет уместен на этом рынке? Школа бега ?I love running? отвечает: ?Можно научить бегать!?

Общественное питание

?Крошка Картошка? поддерживает здоровье нации посредством развития принципиально более качественной и полезной альтернативы западному фаст-фуду. В основу новой русской концепции быстрого питания заложен полезный, вкусный, ментально близкий к традициям продукт, позволяющий с удовольствием утолить голод в условиях высоких темпов жизни современного мира.

Натуральные деликатесы из Сибири ?Таежные сладости? для тех, кто любит полакомиться чем-нибудь сладким, но при этом заботится о своем здоровье. Основными ингредиентами, входящими в состав сладостей, являются ядра кедрового ореха, вяленая клюква, сок сибирских ягод, сосновая шишка и шоколадная глазурь из какао-бобов. Продукция не содержит красителей и консервантов.

Медицина

Клиника "Мама Папа Я" - это современное поликлиническое учреждение для взрослых и детей, где созданы максимально комфортные, почти домашние условия для пациентов. Семейный доктор позволяет не только вылечить, но и поддерживать здоровье всех членов семьи благодаря профилактике и полезным привычкам.

Задание:

Предложите свои варианты продуктов, концепция позиционирования которых основывалась бы на здоровом образе жизни

Зачет

Вопросы к зачету:

4. История развития брендинга.

5. Классификации торговых марок.
6. Торговая марка и товар,
7. Сходства и различия между брендом и товарным знаком.
8. Влияние торговой марки на микроокружение фирмы.
9. Понятие и основные признаки бренда.
10. Сравнения и преимущества бренда.
11. Факторы, влияющие на марочную стратегию предприятия.
12. Повышение ожиданий покупателей и его влияние на марочную стратегию организации.
13. Информационная революция и марочная стратегия фирмы.
14. Изменение отраслевых структур и марочная стратегия фирмы.
15. Глобальные и региональные торговые марки.
16. Использование мультимарок в марочной стратегии.
17. Маркетинговые исследования в процессе брендинга
18. Обновление торговых марок.
19. Особенности марочной стратегии при выходе компании на международные рынки.
20. Процесс формирования имиджа торговой марки.
21. Позиционирование бренда.
22. Разработка атрибутов бренда.
23. Процесс создания товарных знаков.
24. Виды товарных знаков.
25. Сущность системного подхода к разработке товарного знака.
26. Основные ошибки при выборе товарного знака.
27. Антибрендинг в бизнесе: цель и основные методы.
28. Концепция позиционирования бренда.
29. Разработка идентичности бренда.
30. Позиционирование и расширение торговой марки.
31. Брендинг ? создание имиджа страны.
32. Разработка идентичности и атрибутов бренда.
33. Брендинг как наука и искусство.
34. Классическая модель бренд-менеджмента.
35. Модель бренд-лидерства.
36. Корпоративный и товарный бренд.
37. Имя бренда: общие требования к названию.
38. Основные этапы брендинга.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 4			
Текущий контроль			
Кейс	Обучающиеся получают задание предложить решение для определённой практической ситуации, как правило, моделирующей ситуацию профессиональной деятельности. Оцениваются применение методов анализа кейса, навыки, необходимые для профессиональной деятельности, найденное решение.	1	25

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	2	15
Творческое задание	Обучающиеся выполняют задания, требующие создания уникальных объектов определённого типа. Тип объекта, его требуемые характеристики и методы его создания определяются потребностями профессиональной деятельности в соответствующей сфере либо целями тренировки определённых навыков и умений. Оцениваются креативность, владение теоретическим материалом по теме, владение практическими навыками.	3	10
Зачет	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

- Музыкант В. Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-369-01236-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/416049>
- Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности [Электронный ресурс] / Кевин Дробо; Пер. с англ. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 276 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/5-9614-0109-X.html>
- Private labels: Новые конкуренты традиционных брендов [Электронный ресурс] / Кумар Н., Стенкамп Я.-Б. ; Пер. с англ. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 256 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961453690.html>
- Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2013. - 272 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020759.html>

7.2. Дополнительная литература:

- Сайкин Е.А. Основы брендинга [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Сайкин Е.А. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2016. - 55 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778229068.html>
- Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2014. - 324 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394007927.html>
- Годин А. М. Брендинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2013. - 184 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011498.html>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- Адидас - официальный портал - <https://www.adidas.ru>
 Сайт ?Реклама и дизайн? - <http://reklama.rin.ru>
 Фонд общественного мнения (ФОМ) - <http://www.fom.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Организационно-методической базой проведения лекционных занятий является рабочий учебный план направления или специальности. При подготовке лекционного материала преподаватель обязан руководствоваться учебными программами по дисциплинам кафедры, тематика и содержание лекционных занятий которых представлена в учебно-методических комплексах. При чтении лекций преподаватель имеет право самостоятельно выбирать формы и методы изложения материала, которые будут способствовать качественному его усвоению. При этом преподаватель в установленном порядке может использовать технические средства обучения, имеющиеся на кафедре и в университете. Вместе с тем, всякий лекционный курс является в определенной мере авторским, представляет собой творческую переработку материала и неизбежно отражает личную точку зрения лектора на предмет и методы его преподавания.</p> <p>Содержание лекционного занятия как важнейшего элемента учебного процесса должно выполнять следующие функции:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. информационную изложение системы знаний, какого-либо объема научной информации; 2. мотивационную формирование познавательного интереса к содержанию учебной дисциплины и профессиональной мотивации будущего специалиста, содействие активизации мышления студентов; 3. установочную обеспечение основы для дальнейшего усвоения учебного материала; 4. воспитательную формирование сознательного отношения к процессу обучения, стремления к самостоятельной работе и всестороннему овладению профессиональными навыками. <p>Содержание и форма проведения лекционного занятия должны соответствовать требованиям, определяющим качественный уровень образовательного процесса. К ним относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. научная обоснованность, информативность и современный научный уровень дидактических материалов, излагаемых в лекции; 2. методически отработанная и удобная для восприятия последовательность изложения и анализа, четкая структура и логика раскрытия излагаемых вопросов; 3. глубокая методическая проработка проблемных вопросов лекции, доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств; 4. яркость изложения, эмоциональность, использование эффективных ораторских приемов выведение главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, изложение доступным и ясным языком, разъяснение вновь вводимых терминов и названий; 5. вовлечение в познавательный процесс аудитории, активизация мышления слушателей, постановка вопросов для творческой деятельности; 6. использование возможностей информационно-коммуникационных технологий, средств мультимедиа, усиливающих эффективность образовательного процесса. Содержание лекции должно соответствовать основным дидактическим принципам, которые обеспечивают соответствие излагаемого материала научно-методическим основам педагогической деятельности. Основными из них являются целостность, научность, доступность, систематичность и наглядность.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:</p> <p>1й ? организационный;</p> <p>2й - закрепление и углубление теоретических знаний.</p> <p>На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. <p>Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.</p> <p>Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна.</p> <p>Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.</p> <p>Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.</p> <p>В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.</p> <p>При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.</p> <p>В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности.</p> <p>Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора</p>
самостоятельная работа	<p>Включает в себя следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение теоретического лекционного материала; - проработка теоретического материала (конспекты лекций, основная и дополнительная литература); - подготовка к практическим занятиям (работе с кейсами и творческим заданиям); - подготовка презентаций (работа с MS Office PowePoint), согласно теме творческого задания, утвержденного преподавателем; - подготовку к контрольным работам.

Вид работ	Методические рекомендации
кейс	<p>Традиционно кейс отражает конкретную ситуацию, требующую управленческих решений со стороны менеджмента компании. Сегодня кейс активно используется в качестве инструмента обучения и оценки, в бизнесе - при отборе и оценке персонала на профпригодность и коммуникативные качества.</p> <p>При обучении методом анализа конкретной ситуации вам предоставляют информацию о ситуации в организации, часто в смешанной форме, например, письменное описание ситуации, 'рисунки' и определенная количественная информация. Некоторые кейсы очень кратки и состоят их нескольких страниц описания событий в организации и ее проблем, вместе, скажем, с финансовой информацией в виде таблиц. Другие более обширны и включают в себя 'подлинную' информацию, такую как выдержки из прессы, копии внутренних распоряжений, отчеты по исследованиям - возможности здесь большие. В процессе обучения знакомство с большим диапазоном концепций, теорий, систем взглядов и методов представляет собой лишь начало овладения профессиональными навыками. Более важно умение применять эти методы к сложным и запутанным ситуациям, которые составляют природу менеджмента. Успех их применения зависит от понимания контекста применения и способности распутать сложную ситуацию. Кейсы, которые представляют собой организационные ситуации, предоставляют такой контекст и, как правило, определенный уровень сложности.</p>
контрольная работа	<p>рекомендованной литературы, с целью систематизации, закрепления и расширения теоретических знаний, развития творческих способностей студентов, овладения навыками самостоятельной работы с литературой, формирования умений анализировать и отвечать на вопросы, поставленные темой работы, делать выводы на основе проведенного анализа. Общая оценка контрольной работы складывается из среднеарифметической суммы оценок по отдельным заданиям с учетом качества выполнения и оформления работы.</p> <p>Отметка выставляется на титульном листе работы.</p> <p>Уровень качества письменной контрольной работы студента определяется с использованием следующей системы оценок:</p> <p>Положительная оценка выставляется, в случае если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала по предложенным вопросам; хорошо владеет основными терминами и понятиями; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемых вопросов и заданий; показывает умение формулировать выводы и обобщения по теме заданий. ? "Неудовлетворительно" ? выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения материала; неудовлетворительном знании базовых терминов и понятий курса, отсутствии логики и последовательности в изложении ответов на предложенные вопросы; если не выполнены один или несколько структурных элементов (практических заданий) контрольной работы.</p> <p>Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до студента. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.</p> <p>При выявлении заданий, выполненных несамостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.</p>
творческое задание	<p>Творческие задания - одна из форм самостоятельной работы студентов, способствующая углублению знаний, выработке устойчивых навыков самостоятельной работы. Творческое задание - задание, которое содержит больший или меньший элемент неизвестности и имеет, как правило, несколько подходов. В качестве главных признаков творческих работ студентов выделяют: высокую степень самостоятельности; умение логически обрабатывать материал; умение самостоятельно сравнивать, сопоставлять и обобщать материал; умение классифицировать материал по тем или иным признакам; умение высказывать свое отношение к описываемым явлениям и событиям; умение давать собственную оценку какой-либо работы.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
зачет	<p>Дифференцированный зачет как форма промежуточного контроля и организации обучения служит приемом проверки степени усвоения учебного материала и лекционных занятий, качества усвоения обучающимися отдельных разделов учебной программы, сформированных умений и навыков.</p> <p>Зачет проводится устно или письменно по решению преподавателя, в объеме учебной программы. Преподаватель вправе задать дополнительные вопросы, помогающие выяснить степень знаний обучающегося в пределах учебного материала, вынесенного на зачет.</p> <p>По решению преподавателя зачет может быть выставлен без опроса ? по результатам работы обучающегося на лекционных и(или) практических занятиях.</p> <p>В период подготовки к дифференцированному зачету обучающиеся вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые.</p> <p>Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа:</p> <ul style="list-style-type: none"> * самостоятельная работа в течение процесса обучения; * непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; * подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах/тестах (при письменной форме проведения дифференцированного зачета). <p>Литература для подготовки к зачету рекомендуется преподавателем.</p> <p>Дифференцированный зачет в письменной форме проводится по билетам/тестам, охватывающим весь пройденный по данной теме материал. По окончании ответа преподаватель может задать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы. На подготовку к ответу по вопросам билета/теста обучающемуся дается 20 минут с момента получения им билета/теста.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Брендинг в индустрии спорта" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Mozilla Firefox

Adobe Reader XI

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Брендинг в индустрии спорта" 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.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе Спортивная журналистика .