

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

## Программа дисциплины

### Спортивный маркетинг

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

## **Содержание**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
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 (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
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 (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. Юсупов Ш.Р. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Shamil.Jusupov@kpfu.ru ; старший преподаватель, б/с Якупов Б.И. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), BulaIYakupov@kpfu.ru

## **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО**

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции  |
|------------------|--|
| ПК-1             | способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий  |
| ПК-3             | способен осуществлять коммуникационные кампании в виртуальном медиапространстве, организовывать присутствие в социальных сетях, форумах и блогах |

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- особенности маркетинговых коммуникаций в спортивной сфере;
- принципы, методы и функции проведения коммуникационных кампаний в спортивной сфере;
- специфику продвижения спортивных товаров, услуг и организаций в социальных медиа.

Должен уметь:

- оценивать эффективность реализации коммуникационных кампаний в сфере спорта;
- осуществлять коммуникационный аудит внешней среды на спортивном рынке;
- разрабатывать эффективные концепции продвижения спортивных товаров, услуг и организаций в социальных медиа.

Должен владеть:

- навыками выбора каналов коммуникации для эффективного воздействия на целевую аудиторию;
- навыками разработки и реализации коммуникационных кампаний по продвижению спортивных событий международного и национального уровня;
- навыками привлечения внимания целевой аудитории в социальных медиа к товарам, услугам и организациям из спортивной сферы.

## **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.06.03 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 4 курсе в 7 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 - 34 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 74 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 7 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   | Се-<br>местр | Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах) |                          |  |                                     |                                       |                                     | Само-<br>стое-<br>тель-<br>ная<br>ра-<br>бота |
|----|---|--------------|--|--------------------------|--|-------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---|
|    |   |              | Лекции,<br>всего   | Лекции<br>в эл.<br>форме | Практи-<br>ческие<br>занятия,<br>всего | Практи-<br>ческие<br>в эл.<br>форме | Лабора-<br>торные<br>работы,<br>всего | Лабора-<br>торные<br>в эл.<br>форме |   |
| 1. | Тема 1. Особенности маркетинга в спортивной сфере.                                  | 7            | 2  | 0                        | 2                                      | 0                                   | 0                                     | 0                                   | 12  |
| 2. | Тема 2. Специфика рынка в спортивной сфере.   | 7            | 2  | 0                        | 2                                      | 0                                   | 0                                     | 0                                   | 12  |
| 3. | Тема 3. Маркетинговые исследования в спортивной сфере                               | 7            | 2  | 0                        | 2                                      | 0                                   | 0                                     | 0                                   | 12  |
| 4. | Тема 4. Особенности маркетинговых коммуникаций в спорте                             | 7            | 4  | 0                        | 4                                      | 0                                   | 0                                     | 0                                   | 14  |
| 5. | Тема 5. Разработка новых продуктов и особенности ценообразования в спортивной сфере | 7            | 2  | 0                        | 4                                      | 0                                   | 0                                     | 0                                   | 12  |
| 6. | Тема 6. Стратегический спортивный маркетинг   | 7            | 4  | 0                        | 4                                      | 0                                   | 0                                     | 0                                   | 12  |
|    | Итого   |              | 16   | 0                        | 18                                     | 0                                   | 0                                     | 0                                   | 74  |

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Особенности маркетинга в спортивной сфере.**

Особая природа маркетинга в спорте. Общие особенности осуществления маркетинговой деятельности в спортивной сфере. Маркетинг в коммерческих и некоммерческих спортивных организациях. Различные подходы к маркетингу в спорте. Цели и задачи маркетинга в спорте. Современная практика маркетинговой деятельности в спорте.

**Тема 2. Специфика рынка в спортивной сфере.**

Удовлетворение потребностей клиентов на рынке спортивных товаров и услуг. Маркетинговая деятельность в спортивной индустрии: анализ внешней среды. Поведение и мотивы потребителей в спортивной отрасли. Поведение спортивных организаций как покупателей. Сегментация, таргетинг и позиционирование в сфере спорта.

**Тема 3. Маркетинговые исследования в спортивной сфере**

Исследования спортивного рынка и маркетинговые информационные системы. Цели, задачи, функции маркетингового исследования в спортивной индустрии. Основные инструменты и направления маркетингового исследования в спорте. Управление спортивными продуктами и услугами. Строительство и расширение спортивных брендов.

**Тема 4. Особенности маркетинговых коммуникаций в спорте**

Коммуникации на рынке спорта. Комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций в индустрии спорта. Прямой маркетинг, маркетинг баз данных и онлайн-маркетинг в индустрии спорта. Спонсорство, реклама с участием звезд и права использования наименований. PR в индустрии спорта. Оценка эффективности проведенных коммуникационных кампаний.

**Тема 5. Разработка новых продуктов и особенности ценообразования в спортивной сфере**

Конкурентный анализ рынка спортивных товаров и услуг. Разработка и вывод новых, а также инновационных спортивных продуктов и услуг на рынок. Основные приемы и стратегии ценообразования продуктов и услуг в индустрии спорта. Каналы сбыта и логистика в индустрии спорта. Оптовая и розничная торговля спортивными товарами.

**Тема 6. Стратегический спортивный маркетинг**

Достижение конкурентных преимуществ и стратегических изменений в спортивных организациях. Национальный и международный спортивный маркетинг и глобализация. Спортивный маркетинг: анализ, организация, внедрение, управление и контроль. Управление качеством обслуживания и инновациями в спортивной индустрии.

## **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 науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

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

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

## **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

## **7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

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

Агентство спортивного маркетинга - <https://selloutdigital.ru/new>

Министерство спорта РФ. Официальный сайт - <https://minsport.gov.ru/>

Спортивный интернет-портал - <https://www.sports.ru/>

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

| <b>Вид работ</b>       | <b>Методические рекомендации</b>  |
|------------------------|---|
| лекции                 | В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.   |
| практические занятия   | В ходе подготовки к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практическое занятие. Готовясь к презентации, деловой игре, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и выпускных квалификационных работ.   |
| самостоятельная работа | Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо прокомментировать основные вопросы плана занятия. Такой подход помогает студентам быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на второстепенном. Начиная подготовку к занятиям, необходимо, прежде всего, указать студентам страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы они получили общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует рекомендовать им поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам. Подготовка к занятию включает 2 этапа: 1й - организационный; 2й - закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. 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. 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. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. |
| зачет                  | Зачет - важный этап в учебном процессе, имеющий целью проверку знаний, выявление умений применять полученные знания к решению практических задач. Как подготовка к нему, так и сам - форма активизации и систематизации полученных знаний, их углубления и закрепления. В ходе зачета студент должен быть готов к ответу на дополнительные вопросы, к решению задач в рамках проблематики проекта. На зачете студент должен четко и ясно презентовать свой проект. Студент должен глубоко разбираться во всем круге вопросов по получаемой специальности.   |

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

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

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

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

## **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 зачётке 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 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью".

*Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.06.03 Спортивный маркетинг*

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

**Основная литература:**

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / Под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 433 с. - ISBN 978-5-394-05009-1. - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394050091.html> (дата обращения: 12.01.2025). - Режим доступа : по подписке.
- 2.Малыгин, А. В. Маркетинг через спорт: учебное пособие для вузов / Малыгин А. В. - Москва : Университет 'Синергия', 2021. - 130 с. - ISBN 978-5-4257-0517-4. - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785425705174.html> (дата обращения: 12.01.2025). - Режим доступа : по подписке.
3. Степанова, О. Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций в 2 ч. Ч. I: учебное пособие / Степанова О.Н. - Москва :МПГУ, 2012. - 224 с.: ISBN 978-5-7042-2363-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/758107> (дата обращения: 12.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

**Дополнительная литература:**

1. Степанова, О. Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций: учебное пособие в 2-х частях. Часть 2/Степанова О.Н. - Москва : Прометей, 2013. - 268 с. ISBN 978-5-7042-2462-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/536504> (дата обращения: 12.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Резник, С. Д. Менеджмент : учебное пособие / С. Д. Резник, И. А. Игошина ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С. Д. Резника. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 367 с. - (Менеджмент в высшей школе). - DOI 10.12737/1514558. - ISBN 978-5-16-017017-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1937176> (дата обращения: 12.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Бич, Д. Маркетинг спорта : практическое руководство / Д. Бич, С. Чедвик. - Москва : Альпина Паблишерз, 2010. - 706 с. - ISBN 978-5-9614-1095-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2116977> (дата обращения: 12.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
4. Леднев, В. А. Менеджмент в индустрии спорта. Вып. 1 : сборник статей / под ред. В. А. Леднева. - Москва : МФПУ Синергия, 2012. - 200 с. - (Индустрія спорта) - ISBN 978-5-4257-0085-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/451311> (дата обращения: 12.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
5. Карминский, А. М. Энциклопедия рейтингов: экономика, общество, спорт : монография / А. М. Карминский, А. А. Полозов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. - 446 с. - (Научная мысль). - ISBN 978-5-8199-0890-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2076819> (дата обращения: 12.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3*  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
**Б1.В.ДВ.06.03 Спортивный маркетинг**

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая  
перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows