

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 25.12.2025 13:48:14
Уникальный программный ключ: 880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**

ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ и ФИНАНСОВ

УТВЕРЖДЕНО

Директором СЗИУ РАНХиГС

Хлутковым А.Д.

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

**«Управление спортивной деятельностью
и организация крупных спортивных мероприятий»**

(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.ДВ.05.01 Стратегическое управление фан-вовлеченностью

(код и наименование дисциплины)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки)

Очная, заочная

(формы обучения)

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2025 г.

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Паромов Алексей Юрьевич, к.т.н., доцент кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург

Заведующий кафедрой:

Лабудин Александр Васильевич, заведующий кафедрой менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС, г. Санкт-Петербург, д.э.н., профессор

Рабочая программа дисциплины РПД (*Б1.В.ДВ.05.01 Стратегическое управление финансово-вовлеченностью*) одобрена на заседании кафедры менеджмента факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС.

Протокол №4 от 27 ноября 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические материалы для освоения дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
 - 7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
 - 7.4. Интернет-ресурсы
 - 7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «Стратегическое управление фан-вовлеченностью» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2	Способен организовать межкультурное взаимодействие с учетом этнических, религиозных, гендерных и возрастных отличий и психофизиологических особенностей
ПКс-5	Способен использовать перспективные методы системного анализа и принятия решений на основе мировых тенденций развития информационных технологий, использовать современные информационные технологии (case-технологии, статистический, интеллектуальный анализ, имитационное моделирование, экспертные системы, системы поддержки принятия решений) и работать с соответствующим программным обеспечением	ПКс-5.1	Способен проводить предпроектное обследование объекта проектирования, системный анализ предметной области, выбирать методы и средства получения, хранения, переработки и трансляции информации, проводить выбор исходных данных для проектирования и создает техническое задание на проектирование автоматизированной системы в соответствии с современными требованиями и стандартами
ПКс-6	Способен к формированию и разработке информационных и аналитических документов, характеризующих состояние проблемы в исследуемой области, а также перспективы, прогнозы и тенденции дальнейшего развития и способность к работе с основными приемами обработки экспериментальных данных и их представления	ПКс-6.1	Способен осуществлять выбор методов и способов хранения информации, степени её достоверности и полезности для решения задач информационно-аналитической деятельности

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) / профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-5.2	на уровне знаний: теоретические основы психологии футбольного фанатизма; классификацию и структурную организацию футбольных фирм; личностные особенности футбольных фанатов.

		на уровне умений: разделять стереотипы восприятия и самовосприятия футбольных фанатов разных стран; определять роли фанатов в структурной организации футбольной фирмы; разделять футбольных фанатов разных стран.
		на уровне навыков: знать психологической оценки взаимодействия футбольных фанатов на стадионах; определения типов футбольных фанатов.
<p>Приказ Минтруда России от 27.04.2023 N 363н "Об утверждении профессионального стандарта "Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.05.2023 N 73527) Код 05.008 ОТФ «Д» Деятельность по управлению профессиональным спортивным клубом, профессиональной спортивной лигой (далее - субъект профессионального спорта) / D/01.7 Стратегическое планирование деятельности субъекта профессионального спорта</p>	ПКс-5.1	на уровне знаний: знать результаты современных исследований с области психологии футбольного фанатизма.
	ПКс-6.1	на уровне умений: работать с источниками информации о результатах исследований в области футбольного фанатизма и использовать данные из них.
		на уровне навыков: владеть технологией организации экспериментальных и теоретических научных исследований с применением наиболее эффективных методов.
		на уровне знаний: знать современное состояние, уровень общенаучной методологии и тенденции развития системы научных знаний о физической культуре и спорте.
		на уровне умений: уметь самостоятельно проводить логический анализ объектов деятельности, выявлять проблемы и ставить конкретные исследовательские задачи.
		на уровне навыков: владеть методологией научного исследования, выбором теоретических оснований и технологиями решения научных проблем.

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы 72 академических часа на очной форме обучения.

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах) Очно/ заочно
Общая трудоемкость	72/72
Аудиторная работа	16/8
Лекции	4/2
Практические занятия	12/6
Консультация	-
Самостоятельная работа	56/60
Контроль	-/4
Виды текущего контроля	доклад, устный опрос, тестирование
Вид итогового контроля	Зачёт

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «Стратегическое управление фан-вовлеченностью» относится к блоку дисциплин по выбору студента вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление спортивной деятельностью и организация крупных спортивных мероприятий».

Целями освоения дисциплины «Стратегическое управление фан-вовлеченностью» являются: формирование системных знаний и практических компетенций в области стратегического управления фан-вовлеченностью как ключевым активом современной спортивной организации, теоретических представлений о значимости и роли мирового фан-движения в жизни социума и практических умений взаимодействия со спортивными болельщиками в рамках крупных спортивных событий.

Дисциплины разработана для обучения студентов, принимающим участие во взаимодействие с представителями фанатского движения на спортивных стадионах и за их пределами.

Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины: Б1.О.03 «Современные коммуникации в менеджменте», Б1.О.06 «Стратегический менеджмент и стратегический анализ».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 3 семестре 2 курса, для студентов заочной формы обучения – на 2 и 3 курсе.

По дисциплине осуществляется текущий контроль в виде устного опроса, выступления с докладом, тестирования.

Формой промежуточной аттестации является зачет.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1 Структура дисциплины (без применения ЭК),

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости и**, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДО Т	ПЗ /ДОТ	КСР *		
Тема 1	Теоретико-методологические основы и аналитика фан-среды как объекта стратегического управления.	36	2		6		28	УО, Д
Тема 2	Проектирование и реализация стратегии фан-вовлеченности: от концепции к внедрению	36	2		6		28	УО, Д, Т
Промежуточная аттестация								Зачёт
Всего (акад/астр):		72/54	4/3		12/9		56/42	

Примечание: * КСР в объем не входит

* Д – доклад, Т – тестирование, УО – устный опрос.

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемост и**, промежуточ ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ /ДОТ	КСР *		
Тема 1	Теоретико-методологические основы и аналитика фан-среды как	34	1		3		30	УО, Д

	объекта стратегического управления.							
Тема 2	Проектирование и реализация стратегии фан-вовлеченности: от концепции к внедрению	34	1		3		30	УО, Д, Т
Промежуточная аттестация		4						Зачёт
Всего (акад / астр):		72/54	2/1,5		6/4,5		60/45	

Примечание: * КСР в объем не входит

* * Д – доклад, Т – тестирование, УО – устный опрос.

3.2 Содержание дисциплины

Тема 1: Теоретико-методологические основы и аналитика фан-среды как объекта стратегического управления.

Концепция фан-вовлеченности (Fan Engagement): эволюция от пассивного болельщика к активному просьюмеру. Вовлеченность как ключевой нематериальный актив и источник устойчивого конкурентного преимущества спортивной организации. Структура и типология современного фан-сообщества: сегментация по степени лояльности (casual, core, ultra), мотивации (эскапизм, идентичность, социальность), формату участия (стадионные, цифровые, телетрансляционные). Экономика фан-вовлеченности: модели монетизации (Merchandising, Membership, Digital), расчет пожизненной ценности болельщика (LTV), вклад фанатов в финансовую устойчивость клуба. Правовые и этические рамки взаимодействия: анализ нормативной базы (ФЗ-№ 329 «О физической культуре и спорте», регламенты РФС/УЕФА/ФИФА, закон о персональных данных). Этический кодекс работы с фанатами. Системный анализ предметной области «Фан-среда»: идентификация внешних и внутренних стейкхолдеров, входных и выходных потоков (информация, эмоции, финансы), обратных связей. Методы предпроектного обследования фан-аудитории: количественные (опросы, анализ транзакционных данных, веб-аналитика) и качественные (фокус-группы, глубинные интервью, netnography) исследования. Информационные источники и базы данных о болельщиках: внутренние (CRM, билетные системы, мобильные приложения) и внешние (соцсети: VK, Telegram, FanTalk; открытые спортивные базы данных). Верификация и оценка качества фан-данных: критерии достоверности, релевантности и своевременности информации. Методы очистки и агрегации данных из разнородных источников. Психологические и социокультурные аспекты фан-поведения: теория социальной идентичности, групповые нормы, ритуалы, психология толпы на стадионе. Межкультурные особенности российской и зарубежной фан-среды: сравнительный анализ моделей фан-культуры (европейская, латиноамериканская, восточная), учет региональной и этнической специфики внутри страны.

Тема 2. Проектирование и реализация стратегии фан-вовлеченности: от концепции к внедрению.

Разработка технического задания (ТЗ) на систему управления фан-вовлеченностью: структура ТЗ, постановка бизнес-задач (SMART-цели), описание функциональных и нефункциональных требований, интерфейсов взаимодействия. Архитектура и выбор технологических решений: сравнительный анализ платформ (CRM, CDP), инструментов для работы с сообществами, систем бизнес-аналитики (BI). Требования к интеграции с существующей ИТ-инфраструктурой. Стратегия контента и коммуникаций: управление цифровыми каналами (соцсети, email, моб. приложение), создание персонализированного

контента, работа с лидерами мнений (ambassadors, фан-лидеры). Проектирование оффлайн- и онлайн-событий для вовлечения: организация фан-зон, выездных мероприятий, встреч с клубом, виртуальных турниров и активностей (e-sports, fantasy leagues). Учет гендерных, возрастных и психофизиологических особенностей: разработка программ для детских фан-клубов, семейных секторов, аудитории 50+, обеспечение доступности среды для маломобильных болельщиков. Управление межкультурным взаимодействием на крупных международных событиях: протоколы работы с иностранными болельщиками, мультиязычная поддержка, профилактика культурных конфликтов. Кризис-менеджмент и безопасность во взаимодействии с фанатами: разработка планов реагирования на инциденты (хулиганство, дискриминационные выкрики), сотрудничество с правоохранительными органами и службами безопасности стадиона. Модели лояльности и мотивации фанатов: дизайн программ лояльности (балльные системы, эксклюзивный доступ, мерч), нематериальные способы признания заслуг. Система KPI и оценка эффективности стратегии: метрики вовлеченности (ER, NPS), экономические показатели (ROI), методы A/B-тестирования итеративных улучшений. Бюджетирование проекта и управление командой: оценка затрат, поиск партнеров для софинансирования, формирование рабочей группы (менеджер по работе с болельщиками, SMM-специалист, аналитик данных). Лучшие российские и международные практики (кейсы): анализ успешных стратегий фан-вовлеченности ведущих футбольных клубов РПЛ, НХЛ, НБА, а также организаторов Олимпийских игр и Чемпионатов мира.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: лекция-презентация, устный опрос.

При проведении занятий семинарского типа: устный опрос, доклад.

При контроле результатов самостоятельной работы студентов: работа с учебной литературой, методическими пособиями и другими источниками информации в процессе подготовки к аудиторным занятиям и промежуточной аттестации по дисциплине.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Теоретико-методологические основы и аналитика фан-среды как объекта стратегического управления.	УО, Д
Проектирование и реализация стратегии фан-вовлеченности: от концепции к внедрению.	УО, Д, Т

* * Д – доклад, Т – тестирование, УО – устный опрос.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме № 1

Примерные вопросы для устного опроса

1. Объясните, почему современная спортивная организация рассматривает фан-вовлеченность не как статью расходов, а как ключевой нематериальный актив и источник конкурентного преимущества. Проиллюстрируйте свой ответ, связав концепцию “активного просьюмера” с конкретными экономическими моделями монетизации (например, Membership, Digital).

2. Перед вами стоит задача повысить заполняемость стадиона для матчей средней значимости. Используя типологию фанатов по степени лояльности (casual, core, ultra) и формату участия, предложите, на какую целевую группу(-ы) следует направить усилия в первую очередь и почему. Какие методы предпроектного обследования вы выберете для изучения мотивации этой группы?
3. Вы разрабатываете программу лояльности с персональными предложениями для болельщиков. С точки зрения системного анализа, опишите, какие входные данные (информационные потоки) вам необходимы. Какие правовые ограничения (в российском и международном контекстах) вы обязаны учесть при сборе, хранении и использовании этих данных?
4. Данные о фанатах поступают из CRM-системы клуба, чатов в Telegram и анонимных опросов на сайте. Опишите потенциальные проблемы с достоверностью и полезностью информации из каждого источника. Какие методы вы предложите для их очистки и агрегации, чтобы получить релевантную картину для принятия управленческого решения?
5. При подготовке к крупному международному турниру в вашем городе необходимо организовать взаимодействие с разными группами болельщиков. Объясните, как учет психологических аспектов (например, теории социальной идентичности) и межкультурных различий (европейская vs. латиноамериканская модели поведения) может повлиять на планирование мер безопасности и формат фан-зон.

Темы докладов

1. От болельщика к стейкхолдеру: экономическое обоснование инвестиций в фан-вовлеченность на примере конкретного клуба (реального или смоделированного). Доклад должен раскрыть экономические модели (Merchandising, Membership, Digital), проанализировать, как фан-база влияет на ключевые финансовые показатели клуба (выручка от продаж, спонсорская привлекательность, цена медиаправ). Необходимо предложить методологию расчета LTV (пожизненной ценности) для разных сегментов болельщиков и сделать вывод о роли вовлеченности как актива.
2. Методологический инструментарий для аудита фан-среды: разработка программы предпроектного исследования для спортивной организации. В докладе необходимо системно представить план исследования: поставить цели, выбрать и обосновать комбинацию количественных (например, анализ данных CRM и веб-аналитики) и качественных (например, серия глубинных интервью с лидерами мнений) методов. Особое внимание уделить вопросам рекрутинга респондентов, валидности инструментов и этическим аспектам.
3. Правовые границы цифрового взаимодействия: анализ рисков и возможностей при работе с персональными данными болельщиков в России и Европе (на примере GDPR и 152-ФЗ). Доклад должен проводить сравнительный анализ правовых рамок, регулирующих сбор и использование данных фанатов (для персонализации коммуникаций, таргетирования рекламы, аналитики). Необходимо выделить ключевые различия, потенциальные правовые риски для клуба и сформулировать практические рекомендации по построению юридически безопасной системы фан-вовлеченности.
4. Сравнительный анализ фан-культур: особенности поведения, мотивации и управления на примере болельщиков английской Премьер-лиги и российских ультрас-группировок. Исследовательский доклад, основанный на теориях социальной идентичности и межкультурной коммуникации. Следует проанализировать исторические, социальные и организационные корни различий в моделях поведения, ритуалах, отношениях с клубным

менеджментом. Выводы должны содержать рекомендации по адаптации стратегий управления с учетом этих культурных кодов.

5. «Цифровой» фанат vs. «Стадионный» фанат: разработка профилей персон и карты каналов взаимодействия для разных сегментов фан-сообщества. На основе теоретической типологии необходимо создать детализированные портреты (персоны) двух-трех ключевых сегментов (например, «Digital Native Casual Fan», «Традиционный Core Ultra»). Для каждой персоны нужно описать демографические, психографические характеристики, каналы потребления контента, мотивы и предложить оптимальную стратегию вовлечения через подходящие каналы (от мобильного приложения до офлайн-мероприятий).

Типовые оценочные материалы по теме № 2

Примерные вопросы для устного опроса

1. Вас назначили руководителем проекта по разработке системы фан-вовлеченности. Опишите структуру технического задания (ТЗ), которое вы подготовите для ИТ-подразделения. Какие нефункциональные требования (например, по производительности, безопасности, масштабируемости) вы включите в ТЗ, помимо описания функций? Приведите пример 2-3 SMART-целей, которые лягут в основу этого проекта.
2. Для управления фан-вовлеченностью рассматриваются две платформы: классическая CRM и современная CDP (Customer Data Platform). В чем ключевое различие между ними с точки зрения работы с данными болельщиков? Какой тип платформы вы бы рекомендовали клубу, стремящемуся к максимальной персонализации коммуникаций, и почему? Какие сложности интеграции с существующей билетной системой и мобильным приложением необходимо предусмотреть?
3. Клуб хочет увеличить присутствие семейной аудитории и болельщиков старшего возраста на стадионе. Предложите конкретный комплекс мер (онлайн и офлайн), учитывающий мотивацию, каналы коммуникации и психофизиологические особенности этих двух групп. Как, на ваш взгляд, должна измениться работа фан-зоны и программа лояльности для их привлечения?
4. В рамках подготовки города к Чемпионату мира вам поручено разработать раздел протокола по работе с иностранными болельщиками. Какие ключевые элементы должны быть в нем прописаны с точки зрения: а) профилактики культурных конфликтов, б) организации мультиязычного сервиса, в) взаимодействия со службами безопасности в случае инцидентов? Как этот протокол будет соотноситься с общим планом кризис-менеджмента клуба/организационного комитета?
5. После запуска новой программы лояльности вы получили первые данные: высокий NPS (индекс лояльности), но низкий Engagement Rate (вовлеченность) в новых цифровых активностях. Как вы интерпретируете эти, на первый взгляд, противоречивые метрики? Какие А/В-тесты вы предложите провести для улучшения ситуации, и какие гипотезы будете проверять? Как рассчитаете потенциальный ROI от этого проекта, учитывая как прямые, так и косвенные доходы?

Темы докладов

1. От концепции к техническому заданию: разработка ТЗ на «Единую карту болельщика» для клуба РПЛ. Доклад должен представить полную структуру ТЗ на цифрово-физический продукт. Студенту необходимо обосновать бизнес-цели (SMART), детально описать функциональные требования (интеграция с

- билетами, мерчем, системой лояльности, доступом на стадион) и критически важные нефункциональные требования (безопасность платежей, отказоустойчивость, пиковые нагрузки на матчи). Отдельным блоком — анализ возможностей интеграции с текущей ИТ-инфраструктурой клуба.
2. Проектирование инклюзивной фан-среды: комплексная программа для семей, детей и маломобильных болельщиков. Доклад должен включать анализ потребностей и барьеров для выбранных групп, проект изменений в инфраструктуре (семейные сектора, игровые зоны, доступная среда), специальный контент-план (детский сайт/рубрика, истории «легенд» для старшего поколения) и форматы событий («День семьи на стадионе», экскурсии для ветеранов). Ключевой аспект — экономическое и репутационное обоснование проекта.
 3. Кризисный протокол и антидискриминационная политика клуба: от написания документа до коммуникации с фанатами. Результатом доклада является модель набора документов. Следует разработать: а) пошаговый протокол действий при инцидентах на стадионе (от скандирования до стычек) с четким распределением ролей (менеджмент, пресс-служба, служба безопасности); б) текст публичной антидискриминационной хартии клуба; в) план образовательной работы с фан-сообществом для профилактики. Важно учесть правовые аспекты и взаимодействие с правоохранительными органами.
 4. Сравнительный анализ двух платформ для управления фан-сообществом: выбор оптимального решения для хоккейного клуба КХЛ. Необходимо выбрать две реальные платформы (например, Salesforce Marketing Cloud vs. отечественный аналог, или специализированная спортивная платформа), сравнить их по ключевым критериям: работа с данными (CDP-функционал), возможности для сегментации и персонализации коммуникаций, интеграция с другими системами, стоимость владения (ТСО). Итог — аргументированная рекомендация с дорожной картой внедрения.
 5. Оценка ROI стратегии фан-вовлеченности: разработка системы KPI и методологии расчета для программы лояльности. Необходимо предложить сбалансированную систему показателей для оценки программы лояльности: от метрик вовлеченности (активность в приложении, NPS) до бизнес-метрик (рост повторных продаж билетов и мерча, LTV сегментов). Основная задача — предложить прозрачную методологию расчета возврата на инвестиции (ROI), учитывающую как прямые доходы, так и косвенные выгоды (снижение оттока болельщиков, рост медиаценности). Желательно использовать модель с пессимистичным, реалистичным и оптимистичным сценариями.

Тестовые задания

1. При разработке ТЗ на систему фан-вовлеченности необходимо сформулировать нефункциональные требования. Какое из перечисленных требований является НЕФУНКЦИОНАЛЬНЫМ?

- а) Возможность сегментирования базы болельщиков по 10+ критериям.
- б) Время отклика системы при пиковой нагрузке (матч-день) — не более 2 секунд.
- в) Наличие личного кабинета болельщика с историей покупок.
- г) Интеграция модуля email-рассылок с внешним сервисом SendPulse.

2. Выбор технологических решений для разных стратегических задач. Установите соответствие между стратегической задачей клуба и предпочтительным классом технологического решения для её реализации.

Стратегическая задача	Класс решения
1. Объединить разрозненные данные о покупках	А) CRM-система (Customer

билетов, мерча и активности в соцсетях в единый профиль болельщика.	Relationship Management)
2. Автоматизировать отправку персонализированных поздравлений с днем рождения разным сегментам фанатов.	Б) CDP-платформа (Customer Data Platform)
3. Настроить сложные визуальные отчеты по динамике ключевых метрик вовлеченности для руководства.	В) BI-система (Business Intelligence)
4. Вести историю взаимодействий с лидерами фан-групп (звонки, встречи, договоренности).	Г) Платформа для работы с сообществами (Community Management)

3. Управление межкультурным взаимодействием на международном турнире. Какие из перечисленных мер являются ЭФФЕКТИВНЫМИ и ПРОФИЛАКТИЧЕСКИМИ для минимизации культурных конфликтов между болельщиками разных стран? (Выберите 2-3 варианта)

- а) Разместить в фан-зонах информационные стенды с основными правилами поведения и нормами гостеприимства на нескольких языках.
- б) Увеличить число патрулей полиции в антивирусной экипировке вокруг стадиона.
- в) Создать мобильное приложение для гостей с разделами «Культурный гид», картой города и кнопкой экстренного вызова волонтера-переводчика.
- г) Обучить волонтеров и службу безопасности основам межкультурной коммуникации и распознаванию потенциально конфликтных ситуаций.
- д) Установить отдельные, изолированные входы на стадион для болельщиков разных команд.

4. Кризис-менеджмент. В социальных сетях появилось видео с дракой в секторе ваших фанатов на выездном матче. Видео набирает вирусные просмотры. Расставьте предлагаемые действия в ПРАВИЛЬНОЙ ПРИОРИТЕТНОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ (от самого срочного/первого до более поздних).

1. Связаться с лидерами фан-группы для получения внутренней информации и влияния на ситуацию.
2. Подготовить и опубликовать официальное заявление от имени клуба.
3. Собрать оперативный штаб (пресс-служба, служба безопасности, менеджер по работе с болельщиками).
4. Связаться с представителями службы безопасности принимающего клуба и правоохранительными органами для установления фактов.
5. Начать мониторинг социальных медиа и новостей для оценки масштаба реакции.

5. Оценка эффективности стратегии. Клуб запустил программу лояльности. Через квартал два ключевых показателя (KPI) показали следующие результаты:

- NPS (Индекс лояльности): +45 (рост на 15 пунктов).
- Конверсия в покупку мерча из email-рассылок для участников программы: 1.5% (без изменений).

Дайте краткое аналитическое заключение (2-3 предложения). Что эти данные могут говорить об успешности программы на данном этапе?

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачёт проводится с применением следующих методов (средств):

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с положением об организации в Академии промежуточной аттестации и порядке зачета результатов пройденного обучения (утверждено Приказом от 03 июня 2025 года N 02-998) в форме собеседования по вопросам.

При реализации промежуточной аттестации могут быть использованы следующие формы:

1. Устно - в форме устного ответа на теоретические вопросы.
2. Письменно с применением дистанционных образовательных технологий на базе ЭИОС Академии - в форме письменного ответа на теоретические вопросы.

5.2 Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Ключевой/промежуточный индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-5.2 Способен организовать профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп при выполнении профессиональных задач.	Организует межкультурное взаимодействие с учетом этнических, религиозных, гендерных и возрастных отличий и психофизиологических особенностей.	Владеет навыком выбора наиболее корректных языковых единиц для формирования устных и письменных высказываний общей направленности. Умеет использовать различные стили - формальный и неформальный - устной и письменной коммуникации.
ПКс-5.1 Способен проводить предпроектное обследование объекта проектирования, системный анализ предметной области, выбирать методы и средства получения, хранения, переработки и трансляции информации, проводить выбор исходных данных для проектирования и создает техническое	Проводит предпроектное обследование объекта проектирования, системный анализ предметной области, выбирает методы и средства получения, хранения, переработки и трансляции информации, проводит выбор исходных данных для проектирования и создает техническое задание на проектирование автоматизированной системы в соответствии с современными требованиями и стандартами	Полнота и степень проработанности, обоснованность предложений и рекомендаций по эффективному управлению проектами организации.

задание на проектирование автоматизированной системы в соответствии с современными требованиями и стандартами		
ПКс-6.1 Способен осуществлять выбор методов и способов хранения информации, степени её достоверности и полезности для решения задач информационно-аналитической деятельности.	Осуществляет выбор методов и способов хранения информации, степени её достоверности и полезности для решения задач информационно-аналитической деятельности	Адекватно и корректно использует современные методы и способы сбора и хранения данных, умеет получать из различных источников необходимую для практической деятельности статистическую информацию, используя в том числе и компьютерные технологии, рассчитывать социально-экономические показатели деятельности хозяйствующих субъектов.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки к зачету

1. Дайте определение понятию «фан-вовлеченность» (Fan Engagement) в контексте спортивного менеджмента.
2. Опишите эволюционную цепочку трансформации болельщика: от пассивного зрителя к активному просьюмеру.
3. Объясните, почему вовлеченность фанатов считается ключевым нематериальным активом спортивной организации.
4. Назовите и охарактеризуйте три основных типа болельщиков по степени лояльности (сегментация casual/core/ultra).
5. Какие основные мотивы лежат в основе фан-поведения (эскапизм, идентичность, социальность)? Приведите примеры.
6. По какому принципу сегментируют фанатов по формату участия? Перечислите основные форматы.
7. Раскройте содержание экономической модели монетизации фан-базы «Merchandising».
8. Раскройте содержание экономической модели монетизации фан-базы «Membership».
9. Раскройте содержание экономической модели монетизации фан-базы «Digital».
10. Что такое пожизненная ценность болельщика (LTV) и какова формула ее расчета?
11. Как вклад фанатов влияет на финансовую устойчивость спортивного клуба? Назовите не менее 3 каналов влияния.
12. Какие ключевые положения Федерального закона № 329 «О физической культуре и спорте» регулируют взаимодействие с болельщиками?
13. Как регламенты РФС/УЕФА/ФИФА определяют обязанности клуба по организации работы со зрителями?
14. Какие риски для клуба связаны с несоблюдением закона о персональных данных (152-ФЗ) при работе с фан-базой?
15. Что может включать в себя этический кодекс работы с фанатами?

16. Проведите системный анализ фан-среды как объекта управления: кто является внутренними стейкхолдерами?
17. Проведите системный анализ фан-среды как объекта управления: кто является внешними стейкхолдерами?
18. Опишите основные входные и выходные потоки в системе управления фан-вовлеченностью (например, информация, эмоции, финансы).
19. Что такое «обратная связь» в данной системе и каковы ее каналы?
20. Какие количественные методы предпроектного обследования фан-аудитории вы знаете?
21. Какие качественные методы предпроектного обследования фан-аудитории вы знаете?
22. В чем специфика метода netnography при исследовании фан-сообществ?
23. Перечислите внутренние источники и базы данных о болельщиках.
24. Перечислите внешние (публичные) источники и базы данных о болельщиках.
25. Каковы основные критерии оценки качества данных (достоверность, релевантность, своевременность)?
26. Какие типичные проблемы достоверности возникают при сборе данных из соцсетей?
27. Какие методы очистки и агрегации данных из разнородных источников можно применить?
28. Как теория социальной идентичности объясняет фан-поведение?
29. Какую роль в фан-культуре играют групповые нормы и ритуалы?
30. Какие особенности психологии толпы необходимо учитывать при управлении стадионной аудиторией?
31. Опишите характерные черты европейской (например, английской) модели фан-культуры.
32. Опишите характерные черты латиноамериканской модели фан-культуры.
33. Какие межкультурные особенности (региональные, этнические) важно учитывать при работе с фан-средой в России?
34. Назовите основные разделы (структуру) технического задания (ТЗ) на разработку системы управления фан-вовлеченностью.
35. Что такое SMART-цели? Приведите пример SMART-цели в области фан-вовлеченности.
36. Чем функциональные требования в ТЗ отличаются от нефункциональных? Приведите примеры каждого вида для системы фан-вовлеченности.
37. Дайте сравнительную характеристику CRM и CDP платформ: в чем их ключевое различие с точки зрения работы с данными фанатов?
38. Какие задачи решают системы бизнес-аналитики (BI) в контексте управления фан-вовлеченностью?
39. Почему при выборе технологического решения критически важно оценивать требования к интеграции с существующей ИТ-инфраструктурой клуба?
40. Что такое персонализированный контент и как он повышает вовлеченность?
41. Каковы основные принципы управления мультиканальной коммуникацией (соцсети, email, моб. приложение)?
42. Какую роль в стратегии коммуникаций играют лидеры мнений (ambassadors, фан-лидеры) и как с ними следует работать?
43. Перечислите ключевые элементы успешной организации оффлайн-фан-зоны на стадионе.
44. Какие форматы онлайн-событий (виртуальные турниры, fantasy leagues) эффективны для вовлечения цифровой аудитории?
45. Предложите 2-3 конкретные меры по вовлечению детской аудитории (детский фан-клуб).

46. Предложите 2-3 конкретные меры по повышению комфорта и вовлеченности болельщиков старшего возраста (50+).
47. Какие элементы инфраструктуры и сервиса необходимы для обеспечения доступности среды для маломобильных болельщиков?
48. Что должно включать в себя планирование межкультурного взаимодействия для иностранных болельщиков на крупном событии?
49. Почему мультиязычная поддержка является обязательной для международных спортивных мероприятий?
50. Назовите превентивные меры по профилактике культурных конфликтов между болельщиками разных стран.
51. Каковы основные этапы разработки плана кризис-менеджмента при работе с фанатами?
52. Как должно быть организовано взаимодействие клуба со службами безопасности стадиона и правоохранительными органами для предотвращения инцидентов?
53. Опишите механизм балльной программы лояльности для болельщиков.
54. Какие «нематериальные» способы признания заслуг фанатов наиболее эффективны? Приведите примеры.
55. Что такое NPS (Net Promoter Score) и как этот показатель используется для оценки фан-лояльности?
56. Что такое Engagement Rate (ER) и какие метрики его формируют?
57. Как рассчитать ROI (возврат на инвестиции) для программы фан-вовлеченности?
58. В чем суть метода А/В-тестирования и как его применяют для улучшения стратегий вовлечения?
59. Какие основные статьи расходов необходимо учесть при бюджетировании проекта по фан-вовлеченности?
60. Какие внешние партнеры могут быть привлечены для софинансирования таких проектов?
61. Из каких ключевых специалистов должна состоять рабочая группа по реализации стратегии фан-вовлеченности?
62. Проанализируйте одну известную вам успешную российскую практику в области фан-вовлеченности (кейс клуба РПЛ, КХЛ и т.д.). В чем секрет ее успеха?
63. Проанализируйте одну известную вам успешную международную практику (кейс НБА, УЕФА, Олимпийских игр и т.д.). Какие элементы можно адаптировать для России?

Шкала оценивания

Оценка	Требования к знаниям
«Зачтено»	Дан полный, развёрнутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе прослеживается чёткая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя магистрант дает чёткие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.
«Не зачтено»	Выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические

работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.
--

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Зачёт по дисциплине Б1.В.ДВ.05.01 «Стратегическое управление фан-вовлеченностью» проводятся в строгом соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС, в устной и письменной формах.

К промежуточной аттестации допускаются магистранты выполнившие необходимые требования ОП ВО по дисциплине Б1.В.ДВ.05.01 «Стратегическое управление фан-вовлеченностью» по итогам текущего контроля успеваемости в течение семестра.

Высокий уровень успеваемости, выявленный по итогам текущего контроля в семестре, может являться основанием для освобождения магистранта от сдачи зачета (при его согласии). Высокой является успеваемость только на «отлично», или на «хорошо» и «отлично» в течение семестра.

Студент допускается к зачету по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Зачеты организуются в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность зачета для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Зачет не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 30-40 минут. При явке на зачет обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время зачета обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.05.01 «Стратегическое управление фан-вовлеченностью» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов, включая подготовку к зачёту. Практические занятия дисциплины Б1.В.ДВ.05.01 «Стратегическое управление фан-вовлеченностью» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;

- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к опросу представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) для проведения опроса;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад должен быть представлен в письменной форме преподавателю и изложен устно во время занятия. Структура доклада включает:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;
- намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Текст доклада должен быть построен в соответствии с регламентом предстоящего выступления: не более десяти минут.

Методические рекомендации по практическим заданиям

При выполнении заданий практической работы студенту необходимо внимательно просмотреть конспекты лекции по соответствующей теме. Прочитать материал по теме, обсуждаемой на занятии, в учебнике. Прочитать дополнительную литературу по соответствующей теме. Выполнить предложенные преподавателем задания по практической работе. Проверить правильность выполнения полученных заданий. Подготовиться к устным ответам к вопросам, предложенным для обсуждения. При необходимости задать вопрос преподавателю на занятии.

Рекомендации по подготовке к тестированию

Тестирование является формами контроля успеваемости обучающихся, оценки уровня овладения теоретическими знаниями и навыками применения этих знаний при решении практических задач. Подготовка к тестированию предполагает:

- ознакомление с материалами лекций;
- изучение учебной литературы, справочных и научных источников;
- уточнение терминов, основных понятий и категорий;
- самостоятельный подбор информации, необходимой для аргументации авторской позиции.

Все вопросы и задания тестов ориентированы на систематизацию знаний обучающихся, развитие способностей к самостоятельной аналитической деятельности.

Результаты контрольных работ и тестов признаются положительными, если 75% ответов являются правильными.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

С целью учебно-методического обеспечения самостоятельной работы по дисциплине в университете предусмотрено создание синхронного интерактивного курса по дисциплине с инструктированием в реальном времени через Интернет (Moodle), где размещены:

- презентации по лекционному материалу дисциплины,
- темы докладов и дискуссий, тесты для самоконтроля и т.п.;

Также предусмотрено обеспечение учебно-методической и научной литературой, базами данных различной информации и т.д.

Литературные источники, а также законодательные акты в рамках данной дисциплины являются дополнительным способом получения знаний по дисциплине. Главным их назначением является расширение информационного поля, по сравнению с тем объемом знаний, который включен в лекционный курс и раздаточные материалы, подготовленные ведущим преподавателем. Кроме того, обращение к литературным источникам позволяет получить представление об альтернативных взглядах на коммерческие процессы и явления.

В процессе подготовки к выполнению самостоятельной работы, а также к промежуточной аттестации при работе с литературой необходимо пользоваться следующими правилами.

Обращаться, прежде всего, к тем источникам информации, которые вынесены в основной список литературы. В книгах, отнесенных к основному списку литературы, в большей или меньшей степени, присутствует информация по всем основным темам дисциплины. Все они написаны в соответствие с требованиями высшей подготовки

магистрантов и соответствуют по уровню информации хорошему профессиональному знанию предмета дисциплины.

В список дополнительной литературы включены источники, тематика которых не полностью соответствует программе дисциплины, а также те книги и статьи, которые содержат подробную информацию по отдельным направлениям знаний данного курса. Обращаться к этим источникам следует в том случае, если материалы лекций и основной литературы являются недостаточными для полного раскрытия темы, либо в том случае, если студенту необходимо рассмотреть отдельные темы курса более фундаментально. Такая необходимость может возникнуть в связи с выполнением самостоятельной работы, подготовки к практическим занятиям или другими учебными целями.

Выбирать из предложенного списка необходимо только те литературные источники, которые рекомендованы по данной теме. В списке источников по темам следует выбирать те, которые предшествуют остальным, поскольку порядок литературных источников определяет их значимость для раскрытия темы.

Основное внимание при подготовке к выполнению самостоятельной работы и промежуточной аттестации следует уделять определениям тех понятий, которые характеризуют данную область знаний. Кроме рекомендуемой литературы можно самостоятельно подобрать дополнительные литературные источники (статьи и т.д.), раскрывающие вопросы по теме задания.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1 Основная литература

1. *Филиппов, С. С.* Менеджмент физической культуры и спорта : учебник для вузов / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18078-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/580431> (дата обращения: 20.08.2025).
2. Чернышев, А. С. Социальная психология личности и группы : учебник для вузов / А. С. Чернышев, С. В. Сарычев. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 201 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13692-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567608> (дата обращения: 20.08.2025).

7.2. Дополнительная литература

1. Аверина С.Ю. Позиционирование спортивного болельщика в системе социальных коммуникаций / С.Ю. Аверина // Теория и практика физ. культуры. – 2012. – N 12. – С. 5.
2. Аверина С.Ю. Современный инструментарий PR-деятельности клубов спортивных болельщиков России : эмпири. анализ проблемы / С.Ю. Аверина, И.М. Быховская // Сборник трудов студентов и молодых ученых РГУФКСиТ : материалы по итогам науч. конф. студентов и молодых ученых РГУФКСиТ (Москва, 18-20 марта, 22-24 апр. 2009 г.) / Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – М., 2009. – С. 54-56.
3. Аверина С.Ю. Технологии поддержки любимой команды, практикуемые клубами спортивных болельщиков в России и в странах Западной Европы / С.Ю. Аверина, И.М. Быховская // Сборник трудов молодых ученых и студентов РГУФКСиТ: материалы науч. конф. (Москва, 19-21 марта, 23-25 апр. 2008 г.) / Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – М., 2009. – С. 62-64.

4. Бримсон Д. «Фанаты. Триумфальное шествие футбольных хулиганов по Европе» – СПб: Амфора. – 2004
5. Бримсон Д. Восстание фанатов. Из истории футбольного протеста. – СПб.: Амфора – 2007. – 427с.
6. Гусов К.Н. Вопросы обеспечения правопорядка при проведении спортивных мероприятий / Гусов Кантемир Николаевич // Спорт: экономика, право, управление. – 2013. – N 1. – С. 15-17.
7. Дихорь, В. А. Основы психологии футбольных болельщиков : учебное пособие / В. А. Дихорь, А. М. Буркова, А. В. Гизулина. — 2-е изд. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. — 88 с. — ISBN 978-5-7996-2454-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106750.html> (дата обращения: 23.02.2024)
8. Козлов В.В. Фанаты : прошлое и настоящее рос. околофутбола : [док. роман] / Владимир Козлов. – СПб.: Амфора, 2008. – 365 с.: ил.
9. Огилви Д. Откровения рекламного агента: Пер. с англ. – М.: Эксмо. – 2007. 8. Соколова М.И. Управление человеческими ресурсами: учебник / М.И. Соколова, А.Г. Дементьева; МГИМО (У) МИД РФ. – М.: Проспект. – 2005 6. Фрейд
10. Психология бессознательного. – М.: Просвещение – 1990. – 448с.
11. Целых Д. Красно-синий самый сильный. – М.: Эксмо – 2009. – 412с.
12. Шапинская Е.Н. Очерки популярной культуры. – М.: Академический проект. – 2008. – 191с.

7.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Не используются

7.4 Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Электронная библиотечная система «IPRbooks» <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» <https://znanium.com/catalog/books/theme>
- Электронная библиотечная система «Юрайт» <https://urait.ru/>
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ

- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5 Иные источники

Работа с болельщиками и внешними организациями. PR-технологии в спорте <http://vadim-galkin.ru/sport-2/sport-business/pr-technologies-in-sport/>

2. <http://www.fratia.ru> – сайт болельщиков и фанатов футбольного клуба «Спартак» Москва
3. <http://www.sovsport.ru> – советский спорт – новости, футбол, хоккей, биатлон и другие виды спорта
4. http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib – Международный пресс-клуб
5. <http://www.footballguru.org> – лучший футбольный портал в Рунете
6. <http://cskamoskva.ru/> – неофициальный сайт болельщиков ЦСКА
6. <http://fclokomotiv.com/> – Фан-клуб столичного Локомотива
7. <http://manchester-united.ru/> – все о клубе Манчестер-Юнайтед

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Освоение дисциплины предполагает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft PowerPoint для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Электронный курс (лекции, задания к семинарам, тесты, учебно-методические материалы) расположен в СДО Академии на платформе Moodle.

Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Кроме вышеперечисленных ресурсов, используются следующие информационные справочные системы: <http://www.garant.ru/>; <http://www.kodeks.ru/> и другие.

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные

	проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов
--	---