

# Программа



## ПРОГРАММА

---

- ☰ Цели
- ☰ Профессиональные качества
- ☰ Библиография
- ☰ Критерии участия и одобрения

## ПРОГРАММА

---

- ☰ Модуль 1. Этапы активации спонсорства
- ☰ Модуль 2. Типы спонсорской активации и максимизация
- ☰ Модуль 3. Ключевые показатели спонсорства
- ☰ Модуль 4. Интеграция

# Цели

---

Постановка целей позволяет получить полное представление о том, чего вы хотите достичь в конце процесса преподавания и обучения этого курса. Но цель еще более сильна: мы указываем, чего вы должны достичь, чтобы эти знания способствовали целям вашей подготовки.

Для достижения этих целей Вы должны завершить предлагаемый процесс на различных этапах курса, представленного Вам.

Затем, если вы будете работать, как указано, вы сможете достичь следующих целей:

## Главная цель

---

Максимизировать отношения между спонсорами и спортивной организацией.

## Конкретные цели

1

Выявлять возможности для деловых отношений и общения со спонсорами.

2

Развивайте «взаимовыгодные» отношения со спонсорами.



3

Измерьте и оцените роль работы со спонсорами.

**ПРОДОЛЖАТЬ**

# Профессиональные качества

---

Навыки, которые, как мы надеемся, вы получите в результате прохождения этого курса:

## Общие профессиональные качества

- 1** **Коллективная работа и сотрудничество:** способность интегрироваться со сверстниками для достижения общих целей и синергизм группы высоких результатов.
- 2** **Способность к анализу/осмыслению:** способность методично изучать и оценивать различные аспекты реальности или ситуации.
- 3** **Творческий подход/ инновационные решения, основанные на знаниях:** способность находить новые решения существующих проблем на осно-ве формальных знаний.

## Специфические качества

---

Возможность использовать возможности создания акций со спортивными спонсорами.

[ПРОДОЛЖАТЬ](#)

# Библиография

---

**Бэкон, Дж.** (22 апреля 2015 г.). Как спортивное спонсорство вступает в эпоху цифровых технологий. Получено с <https://www.marketingweek.com/2015/04/22/how-sport-sponsorship-is-joining-the-digital-age/>

**Гибсон, С.** (4 февраля 2016 г.). Владельцы «Ливерпуля» FSG хвастаются на своем веб-сайте «превращением фанатов в клиентов». Телеграф [Интернет-версия]. Получено с <http://www.telegraph.co.uk/football/2016/02/08/liverpool-owners-fsg-brag-about-transforming-fans-into-customers/>

**Джейкобс, Дж., Джайн, П., и Сурана, К.** (2014). Стоит ли спонсировать спорт? Получено с <http://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/is-sports-sponsorship-worth-it>.

**Джозеф, С.** (11.10.2016). Heineken использует ключевые показатели эффективности «лояльность, а не осведомленность» для формирования спонсорской поддержки чемпионата мира по регби. Получено с <http://www.thedrum.com/news/2015/01/05/heineken-using-loyalty-not-awareness-kpis-shape-rugby-world-cup-sponsorship>.

**Активация партнера NBA All-Star 2016.** (09.02.2016). [Интернет-статья].  
Получено с <http://www.sponsorship.com/IEGSR/2016/02/16/NBA-All-Star-2016-Partner-Activation.aspx>.

**Ньюкомб, Т.** (25 ноября 2015 г.). Свежий взгляд на дизайн во время студенческого сезона. Получено с <http://www.howdesign.com/design-business/design-news/taking-fresh-design-perspective-college-bowl-season/>

**[Интернет-фотография].** (п. д.). Получено с <http://2.bp.blogspot.com/-2MTLKF1H7WA/ToPLn52gFUI/AAAAAAAAA5M/lhfnBjI6008/s1600/005.JPG>.

**Пэйн, В.** (2015). [Интернет-фотография]. Получено с [http://www.northjersey.com/polopoly\\_fs/1.1321297.1430319063!/fileImage/httpImage/image.jpg\\_gen/derivatives/box\\_780/danicapatricks0429.jpg](http://www.northjersey.com/polopoly_fs/1.1321297.1430319063!/fileImage/httpImage/image.jpg_gen/derivatives/box_780/danicapatricks0429.jpg)

**Спонсорское финиш.** (п. д.). [Интернет-фотография]. Получено с <http://www.featonthestreet.com/FOTS/img/SponsorFinish.png>.

**Стоун, С.** (19.09.2013). Следующая остановка, Америка! United нацелена на прибыльный рынок США для получения новых доходов. Получено с <http://www.mavs.com/wp-content/uploads/2013/03/sponsorship-brochure.pdf>

**ПРОДОЛЖАТЬ**

# Критерии участия и одобрения

---

## Критерии участия

Ожидается, что в течение месяца обучения студент:

- Просмотрите мультимедийное содержание каждого из модулей, составляющих курс.
- Решите оценки, назначенные в каждом модуле.
- Выполняйте предложенные мероприятия, будь то групповые или индивидуальные.
- Сдать выпускной экзамен.

## Критерии утверждения

Для утверждения курса студент должен выполнить (4) предлагаемые действия в рамках курса и сдать заключительный экзамен. Студент должен получить окончательный балл 70% или больше. Эта оценка будет средней между заданиями и выпускным экзаменом.

[ПРОДОЛЖАТЬ](#)

# Модуль 1. Этапы активации спонсорства

---

## Группа 1.1 Активация спонсорства

1.1.1. Основы активации спонсорства

1.1.2. Этап захвата в спонсорстве

1.1.3. Этап впечатления в спонсорстве

1.1.4. Этап вовлечения в спонсорство

1.1.5. Этап признательности в спонсорстве

1.1.6. Стадия приверженности в спонсорстве

[ПРОДОЛЖАТЬ](#)

# Модуль 2. Типы спонсорской активации и максимизация

---

## Группа 2.1 Типы активации

2.1.1. Типы активации

2.1.2. Важность активации

2.1.3. Рефералы

2.1.4. Измерение активности спонсорства

[ПРОДОЛЖАТЬ](#)

# Модуль 3. Ключевые показатели спонсорства

---

## Группа 3.1 Ключевые показатели спонсорства

**3.1.1.** Индикаторы продаж и поиска

**3.1.2.** Индикаторы Интернета, электронной почты и социальных сетей

**3.1.3.** Показатели продукта, стоимость привлечения клиента

**3.1.4.** Индикатор бренда

**ПРОДОЛЖАТЬ**

# Модуль 4. Интеграция

---

## Группа 4.1 Интеграция