

Программа: Спонсорская активация в спорте



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: Комплексная лекция

Цели

Постановка цели позволит лучше понять, что необходимо достичь по окончании процесса преподавания и подготовки, составляющего данный курс. Далее следует описание действий, чтобы знания, полученные в ходе настоящего курса, способствовали достижению целей обучения.

Для достижения указанных целей следует завершить предложенный процесс, пройдя различные этапы курса в том порядке, в котором они представлены.

После качественной проработки материалов курса студент будет готов к достижению следующих целей:

Главная цель

Максимизировать выгоду от отношений между спонсорами и спортивной организацией.

Конкретные цели

1

Выявлять возможности для деловых отношений и общения со спонсорами.

2

Развивать «взаимовыгодные» отношения со спонсорами.

3

Измерить и оценить роль работы со спонсорами.

ПРОДОЛЖАТЬ

Профессиональные качества

В ходе курса студент освоит следующие навыки:

Общие профессиональные качества

- 1** **Работа в команде и сотрудничество:** способность работать вместе с коллегами для достижения общих целей и развития групповой синергии на высоком уровне результативности.
- 2** **Способность к анализу/размышлению:** способность методично исследовать различные аспекты ситуации или набора фактов и делать оценку.
- 3** **Творческие и инновационные решения, основанные на знаниях:** способность предлагать инновационные альтернативные решения существующих проблем на основе формального обучения.

Специфические качества

Способность использовать возможности выпуска акций со спортивными спонсорами.

[ПРОДОЛЖАТЬ](#)

Библиография

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

Гибсон С. (4 февраля 2016 г.). Владельцы FSG «Ливерпуля» хвастаются на своем веб-сайте «превращением фанатов в клиентов». Телеграф [Интернет-версия]. Ссылка: <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? Ссылка: <http://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/is-sports-sponsorship-worth-it>.

Джозеф С. (11.10.2016). Heineken использует в качестве ключевых показателей эффективности «лояльность, а не осведомленность» для формирования спонсорской поддержки чемпионата мира по регби. Ссылка: <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]. Ссылка:
<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. Ссылка: <http://www.howdesign.com/design-business/design-news/taking-fresh-design-perspective-college-bowl-season/>

[Интернет-фотография]. (без даты). Ссылка:
<http://2.bp.blogspot.com/-2MTLKF1H7WA/ToPLn52gFUI/AAAAAAAAA5M/lhfnBjI6008/s1600/005.JPG>.

Пэйн В. (2015). [Интернет-фотография]. Ссылка:
http://www.northjersey.com/polopoly_fs/1.1321297.1430319063!/fileImage/httpImage/image.jpg_gen/derivatives/box_780/danicapatrick0429.jpg

Спонсорская сделка. (без даты). [Интернет-фотография]. Ссылка:
<http://www.featonthestreet.com/FOTS/img/SponsorFinish.png>.

Стоун С. (19.09.2013). Следующая остановка, Америка! United нацелены на прибыльный рынок США для получения новых доходов. Ссылка:
<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

Раздел 1: Активация спонсорства

1.1.1. Основы активации спонсорства

1.1.2 Этап «привлечения» в спонсорстве

1.1.3 Этап «впечатления» в спонсорстве

1.1.4 Этап вовлечения в спонсорство

1.1.5 Этап «выражения признательности» в спонсорстве

1.1.6 Этап приверженности в спонсорстве

ПРОДОЛЖАТЬ

МОДУЛЬ 2: Типы спонсорской активации и максимизация

Раздел 1: Типы активации

2.1.1. Типы активации

2.1.2. Важность активации

2.1.3. Рекомендации

2.1.4. Измерение активности спонсорства

[ПРОДОЛЖАТЬ](#)

МОДУЛЬ 3: Ключевые показатели спонсорства

Раздел 1: Ключевые показатели спонсорства

3.1.1. Показатели продаж и поиска клиентов

3.1.2. Показатели Интернета, электронной почты и социальных сетей

3.1.3. Товарные показатели, стоимость привлечения клиентов

3.1.4. Показатели бренда

[ПРОДОЛЖАТЬ](#)

МОДУЛЬ 4: Комплексная лекция
