

# Программа: обучения

BARÇA  
INNOVATION HUB  
Universitas



## ПРОГРАММА

---

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

## ТЕМАРЫ

---

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

# Цели

---

Постановка цели позволит вам лучше понять, чего вы собираетесь достичь к концу процесса преподавания и обучения, составляющего этот курс. Далее мы описываем, чего вам нужно достичь, чтобы знания, полученные в ходе этого курса, способствовали достижению ваших целей обучения.

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

Если вы проработаете материал курса, как указано, вы будете готовы к достижению 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

---

## Интеграция

[ПРОДОЛЖАТЬ](#)