

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: ЧУМАЧЕНКО ТАТЬЯНА АЛЕКСАНДРОВНА  
 Должность: РЕКТОР  
 Дата подписания: 03.06.2022 11:22:57  
 Уникальный программный ключ:  
 9c9f7aaffa4840d284abe156657b8f85432bdb16




**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ**  
**ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**


Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
Б1.В.01.ДВ.01	Спортивное спонсорство

Код направления подготовки	44.03.05
Направление подготовки	Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Физическая культура. Дополнительное образование (менеджмент спортивной индустрии)
Уровень образования	бакалавр
Форма обучения	очная

Разработчики:

Должность	Учёная степень, звание	Подпись	ФИО
Доцент			Жабakov Владислав Ермекбаевич

Рабочая программа рассмотрена и одобрена (обновлена) на заседании кафедры (структурного подразделения)

Кафедра	Заведующий кафедрой	Номер протокола	Дата протокола	Подпись
Кафедра теории и методики физической культуры и спорта	Жабakov Владислав Ермекбаевич	9	01.07.2019	
Кафедра теории и методики физической культуры и спорта	Жабakov Владислав Ермекбаевич	2	17.09.2020	

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка .....	3
2. Трудоемкость дисциплины (модуля) и видов занятий по дисциплине (модулю) .....	5
3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий .....	6
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	11
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....	13
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	16
7. Перечень образовательных технологий .....	18
8. Описание материально-технической базы .....	19

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Дисциплина «Спортивное спонсорство» относится к модулю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины/модули» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)» (уровень образования бакалавр). Дисциплина является дисциплиной по выбору.

1.2 Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 час.

1.3 Изучение дисциплины «Спортивное спонсорство» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися следующих дисциплин: «Олимпийское образование в сфере физической культуры и спорта», «Педагогическое физкультурно-спортивное совершенствование», «Спортивный маркетинг», «Теория менеджмента», при проведении следующих практик: «учебная практика (менеджмент спортивной индустрии)».

1.4 Дисциплина «Спортивное спонсорство» формирует знания, умения и компетенции, необходимые для освоения следующих дисциплин: «Event-менеджмент», «Бизнес процессы в спорте», «Маркетинг профессионального спорта», «Финансовый менеджмент в спорте», «Технологии стартапов в сфере физической культуры и спорта».

1.5 Цель изучения дисциплины:

изучение теоретико-прикладных основ спонсорства как целенаправленной комплексной социальной деятельности по привлечению сторонников и ресурсных партнеров коммерческих и некоммерческих организаций в целях реализации отдельных спортивных проектов и осуществления направлений деятельности спортивных организаций; формирование представлений о возможностях благотворительной деятельности при конструировании имиджа и деловой репутации спортивных организаций.

1.6 Задачи дисциплины:

- 1) формирование системы знаний о спонсорстве и фандрайзинговой деятельности спортивных организаций;
- 2) формирование практических умений планировать, разрабатывать и реализовывать фандрайзинговые, информационные, спонсорские кампании в сфере ФКС;
- 3) формирование способов действий, направленных на разработку и презентацию фандрайзинговых и спонсорских программ в сфере ФКС.

1.7 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

№ п/п	Код и наименование компетенции по ФГОС
Код и наименование индикатора достижения компетенции	
1	ПК-1 способен осваивать и использовать базовые научно-теоретические знания и практические умения по преподаваемому предмету в профессиональной деятельности
	ПК.1.1 Знает содержание, особенности и современное состояние, понятия и категории, тенденции развития соответствующей профилю научной (предметной) области; закономерности, определяющие место соответствующей науки в общей картине мира; принципы проектирования и реализации общего и (или) дополнительного образования по предмету в соответствии с профилем обучения
	ПК.1.2 Умеет применять базовые научно-теоретические знания по предмету и методы исследования в предметной области; осуществляет отбор содержания, методов и технологий обучения предмету (предметной области) в различных формах организации образовательного процесса
	ПК.1.3 Владеет практическими навыками в предметной области, методами базовых научно-теоретических представлений для решения профессиональных задач
2	УК-3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
	УК.3.1 Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия конфликтологии и способы разрешения конфликтов, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.
	УК.3.2 Умеет осуществлять различные виды социального взаимодействия для реализации своей роли внутри команды.
	УК.3.3 Владеет методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде; демонстрации лидерской позиции, оценки собственной роли в команде

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Образовательные результаты по дисциплине
-------	--	--

1	ПК.1.1 Знает содержание, особенности и современное состояние, понятия и категории, тенденции развития соответствующей профилю научной (предметной) области; закономерности, определяющие место соответствующей науки в общей картине мира; принципы проектирования и реализации общего и (или) дополнительного образования по предмету в соответствии с профилем обучения	3.1 содержание, особенности и современное состояние, понятия и категории спортивного спонсорства
2	ПК.1.2 Умеет применять базовые научно-теоретические знания по предмету и методы исследования в предметной области; осуществляет отбор содержания, методов и технологий обучения предмету (предметной области) в различных формах организации образовательного процесса	У.1 применять базовые научно-теоретические знания в предметной области спортивного спонсорства
3	ПК.1.3 Владеет практическими навыками в предметной области, методами базовых научно-теоретических представлений для решения профессиональных задач	В.1 практическими навыками в предметной области спортивного спонсорства
1	УК.3.1 Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия конфликтологии и способы разрешения конфликтов, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.	3.2 приемы и нормы социального взаимодействия в сфере спортивного спонсорства
2	УК.3.2 Умеет осуществлять различные виды социального взаимодействия для реализации своей роли внутри команды.	У.2 осуществлять различные виды социального взаимодействия в сфере спортивного спонсорства
3	УК.3.3 Владеет методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде; демонстрации лидерской позиции, оценки собственной роли в команде	В.2 методами и приемами социального взаимодействия в сфере спортивного спонсорства

## 2. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДОВ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Итого часов
	Л	ПЗ	СРС	
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>40</b>	<b>72</b>
<b>Первый период контроля</b>				
<i><b>Спонсорство спортивных мероприятий</b></i>	<i><b>10</b></i>	<i><b>22</b></i>	<i><b>40</b></i>	<i><b>72</b></i>
Исторический контекст спонсорства	2	4	4	10
Понятие о спонсоринге	2	2	4	8
Области спонсирования	2	2	4	8
Спонсорские программы	2	2	4	8
Правовой статус спонсоров спортивного мероприятия	2	2	4	8
Привлечение спонсорских средств		2	4	6
Стратегический процесс спонсорства		2	4	6
Олимпийское спонсорство		2	4	6
Оценка спонсорства		2	4	6
Спонсорство и система отношений маркетинга, рекламы, связей с общественностью		2	4	6
Итого по видам учебной работы	10	22	40	72
<b>Форма промежуточной аттестации</b>				
Зачет				
<b>Итого за Первый период контроля</b>				<b>72</b>

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

#### 3.1 Лекции

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
<b>1. Спонсорство спортивных мероприятий</b>	<b>10</b>
<b>Формируемые компетенции, образовательные результаты:</b> ПК-1: 3.1 (ПК.1.1), У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3) УК-3: 3.2 (УК.3.1), У.2 (УК.3.2), В.2 (УК.3.3)	
1.1. Исторический контекст спонсорства 1. Зарождение спонсорства 2. Меценаты и благотворительность 3. Олимпийское спонсорство  Учебно-методическая литература: 1, 3, 4, 12, 13, 15 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.2. Понятие о спонсоринге 1. Предмет спонсоринга 2. Цели спонсорства и направления спонсирования 3. Формы организационно-экономического сотрудничества предпринимательства и социально-культурной сферы 4. Благотворительность Учебно-методическая литература: 4, 5, 6, 8, 11, 16, 17 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.3. Области спонсирования 1. Спонсорство и сфера культуры 2. Фирменный стиль 3. Спонсорство в области спорта 4. Спонсорство в социальной сфере Учебно-методическая литература: 4, 5, 7, 8, 15, 16, 18 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.4. Спонсорские программы 1. Одиночная структура спонсорских программ 2. Многоуровневая структура спонсорских программ 3. Линейная структура спонсорских программ  Учебно-методическая литература: 3, 4, 5, 10, 13, 16, 17 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.5. Правовой статус спонсоров спортивного мероприятия 1. Титульные права 2. Представительские права 3. Права наименования 4. Права сектора 5. Права поставщика  Учебно-методическая литература: 2, 4, 6, 7, 13, 15, 16 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2

#### 3.2 Практические

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
<b>1. Спонсорство спортивных мероприятий</b>	<b>22</b>
<b>Формируемые компетенции, образовательные результаты:</b> ПК-1: 3.1 (ПК.1.1), У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3) УК-3: 3.2 (УК.3.1), У.2 (УК.3.2), В.2 (УК.3.3)	

1.1. Исторический контекст спонсорства 1. Зарождение спонсорства 2. Меценаты и благотворительность 3. Олимпийское спонсорство  Учебно-методическая литература: 2, 3, 5, 12, 13, 14, 17	4
1.2. Понятие о спонсоринге 1. Предмет спонсоринга 2. Цели спонсорства и направления спонсирования 3. Формы организационно-экономического сотрудничества предпринимательства и социально-культурной сферы 4. Благотворительность Учебно-методическая литература: 4, 5, 6, 13, 14, 16, 17 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.3. Области спонсирования 1. Спонсорство и сфера культуры 2. Фирменный стиль 3. Спонсорство в области спорта 4. Спонсорство в социальной сфере Учебно-методическая литература: 1, 2, 5, 6, 12, 13, 15 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.4. Спонсорские программы 1. Одиночная структура спонсорских программ 2. Многоуровневая структура спонсорских программ 3. Линейная структура спонсорских программ  Учебно-методическая литература: 1, 3, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.5. Правовой статус спонсоров спортивного мероприятия 1. Титульные права 2. Представительские права 3. Права наименования 4. Права сектора 5. Права поставщика  Учебно-методическая литература: 1, 4, 5, 10, 13, 14, 16 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.6. Привлечение спонсорских средств 1. Подготовка к переговорам с возможным спонсором 2. Подготовка документов 3. Особенности переговоров со спонсором. Учебно-методическая литература: 1, 2, 6, 8, 12, 16, 17 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.7. Стратегический процесс спонсорства 1. Определение целевых рынков спортивного мероприятия 2. Исследование потенциальных спонсорских организаций 3. Построение отношений 4. Использование прав 5. Оценка мероприятия  Учебно-методическая литература: 1, 5, 6, 13, 14, 16 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.8. Олимпийское спонсорство 1. История олимпийского спонсорства 2. Программа ТОП в олимпийском спонсорстве 3. Нумизматическая программа как компонент олимпийского спонсорства 4. Эксплуатация спонсорской деятельности 5. Инновационный подход к спонсорству 6. Спонтанная оценка олимпийских спонсоров  Учебно-методическая литература: 5, 7, 8, 12, 13, 16, 18 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2

1.9. Оценка спонсорства 1. Спонтанная оценка олимпийского спонсорства 2. Методы оценки эффективности рекламы 3. Анализ спонсорских программ современных спортивных мероприятий  Учебно-методическая литература: 4, 5, 7, 12, 13, 16 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2
1.10. Спонсорство и система отношений маркетинга, рекламы, связей с общественностью 1. Спонсорство в системе обмена информацией между рекламодателем и потребителем 2. Спонсорство и связи с общественностью 3. Задачи и функции общественных связей 4. Отношение связей с общественностью, с рекламой, маркетингом, менеджментом и пропагандой Учебно-методическая литература: 4, 5, 7, 8, 11, 13, 14 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	2

### 3.3 СРС

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема для самостоятельного изучения	Трудоемкость (кол-во часов)
<b>1. Спонсорство спортивных мероприятий</b>	<b>40</b>
<b>Формируемые компетенции, образовательные результаты:</b> ПК-1: 3.1 (ПК.1.1), У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3) УК-3: 3.2 (УК.3.1), У.2 (УК.3.2), В.2 (УК.3.3)	
1.1. Исторический контекст спонсорства <b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b> 1. Изучить вопросы, подготовиться к устному опросу: 1. Исторические аспекты спортивного спонсорства; 2. Понятия "меценатство", "благотворительность", "спонсорство" 3. Современные аспекты спортивного спонсорства  2. Круглый стол "Спонсорство на крупнейших спортивных мероприятиях: оценка эффективности" Мероприятия для обсуждения: 1. Чемпионат мира по легкой атлетике (Москва, 2013); 2. Всемирная летняя Универсиада (Казань, 2013); 3. Олимпийские зимние игры (Сочи, 2014); 4. Этап Формулы-1 (Сочи 2014–2019); 5. Чемпионат мира по водным видам спорта (Казань, 2015); 6. Чемпионат мира по хоккею (Москва и Санкт-Петербург, 2016); 7. Кубок Конфедераций FIFA (2017); 8. Чемпионат мира по футболу FIFA (2018); 9. Всемирная зимняя Универсиада (Красноярск, 2019). Учебно-методическая литература: 3, 4, 6, 7, 11, 12, 16, 17 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	4
1.2. Понятие о спонсоринге <b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b> 1. Изучить вопросы, подготовиться к устному опросу:  1. Предмет спонсоринга 2. Цели спонсорства и направления спонсирования 3. Формы организационно-экономического сотрудничества предпринимательства и социально-культурной сферы 4. Благотворительность  2. Выполнить задания кейса "Меценатство, спонсорство и благотворительность" Учебно-методическая литература: 3, 6, 7, 8, 14, 15, 17 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3	4



<p>1.3. Области спонсирования</p> <p><b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b></p> <p>Изучите вопросы, подготовьте схему "Области спонсирования"</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Спонсорство и сфера культуры</li> <li>2. Фирменный стиль</li> <li>3. Спонсорство в области спорта</li> <li>4. Спонсорство в социальной сфере</li> </ol> <p>Учебно-методическая литература: 5, 9, 10, 13, 16, 17</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3</p>	4
<p>1.4. Спонсорские программы</p> <p><b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучить вопросы, подготовиться к устному опросу: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Современные аспекты спортивного спонсорства</li> <li>2. Структуры спонсорских программ: <ul style="list-style-type: none"> <li>- одиночная структура</li> <li>- многоуровневая структура</li> <li>- линейная структура</li> </ul> </li> <li>3. Особенности проектирования спонсорских программ: <ul style="list-style-type: none"> <li>- размеры спонсорской помощи</li> <li>- доходы от продажи прав на трансляцию</li> <li>- доходы matchday</li> <li>- спонсорская поддержка профессионального спорта</li> </ul> </li> </ol> </li> <li>2. Подготовить схемы: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Одиночные спонсорские программы</li> <li>2. Многоуровневые спонсорские программы</li> <li>3. Линейные спонсорские программы.</li> </ol> </li> <li>3. Подготовить таблицу: "Спонсорская поддержка профессионального спорта"</li> </ol> <p>Учебно-методическая литература: 2, 5, 6, 7, 13, 14, 15</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3</p>	4
<p>1.5. Правовой статус спонсоров спортивного мероприятия</p> <p><b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовьте терминологический словарь темы "Правовой статус спонсоров спортивного мероприятия", представив анализ понятий: титульные права, представительские права, права наименования, права сектора, права поставщика.</li> <li>2. Подготовьте таблицы: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды спонсоров (сравнение генерального, титульного, официального, технического спонсорства)</li> <li>2. Виды партнерства (сравнение официального, технического, информационного партнерства)</li> </ol> </li> </ol> <p>Учебно-методическая литература: 5, 8, 9, 11, 16, 17</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3</p>	4
<p>1.6. Привлечение спонсорских средств</p> <p><b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b></p> <p>Изучите вопросы, подготовьтесь к деловой игре "Переговоры со спонсором"</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовка к переговорам с возможным спонсором</li> <li>2. Подготовка документов</li> <li>3. Особенности переговоров со спонсором.</li> </ol> <p>Учебно-методическая литература: 1, 3, 5, 6, 12, 13, 15, 16</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3</p>	4

<p>1.7. Стратегический процесс спонсорства</p> <p><b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b></p> <p>1. Изучить основные направления стратегического спонсорства:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- размеры спонсорской помощи</li> <li>- доходы от продажи прав на трансляцию</li> <li>- доходы matchday</li> <li>- спонсорская поддержка профессионального спорта</li> <li>- определение целевых рынков спортивного мероприятия</li> <li>- исследование потенциальных спонсорских организаций</li> <li>- построение отношений</li> <li>- использование прав</li> <li>- оценка мероприятия</li> </ul> <p>2. Подготовить проект: "Спонсорская поддержка профессионального спорта (на примере избранной специализации)"</p> <p>Учебно-методическая литература: 2, 3, 4, 8, 9, 14, 16, 17</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2, 3</p>	4
<p>1.8. Олимпийское спонсорство</p> <p><b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b></p> <p>1. Изучить вопросы, подготовиться к устному опросу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- история олимпийского спонсорства</li> <li>- программа ТОП в олимпийском спонсорстве</li> <li>- нумизматическая программа как компонент олимпийского спонсорства</li> <li>- эксплуатация спонсорской деятельности</li> <li>- инновационный подход к спонсорству</li> <li>- спонтанная оценка олимпийских спонсоров</li> </ul> <p>2. Подготовить таблицу: "Олимпийские спонсоры"</p> <p>3. Подготовить проект:</p> <p>Темы проектов</p> <p>1. История олимпийского спонсорства</p> <p>2. Нумизматическая программа как компонент олимпийского спонсорства</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 3, 4, 6, 11, 13, 14</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3</p>	4
<p>1.9. Оценка спонсорства</p> <p><b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b></p> <p>1. Изучить вопросы, подготовиться к устному опросу:</p> <p>1. Спонтанная оценка олимпийского спонсорства</p> <p>2. Методы оценки эффективности рекламы</p> <p>3. Анализ спонсорских программ современных спортивных мероприятий</p> <p>2. Подготовить проект: "Проект программы франдаизинговой деятельности (на примере избранной специализации)"</p> <p>Учебно-методическая литература: 3, 6, 7, 12, 13, 16, 17</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3</p>	4
<p>1.10. Спонсорство и система отношений маркетинга, рекламы, связей с общественностью</p> <p><b>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</b></p> <p>1. Изучить вопросы, подготовиться к устному опросу:</p> <p>1. Спонсорство в системе обмена информацией между рекламодателем и потребителем</p> <p>2. Спонсорство и связи с общественностью</p> <p>3. Задачи и функции общественных связей .</p> <p>4. Отношение связей с общественностью, с рекламой, маркетингом, менеджментом и пропагандой</p> <p>2. Выполнить задания кейса "Меценатство, спонсорство и благотворительность"</p> <p>Учебно-методическая литература: 1, 3, 4, 5, 11, 13, 14, 15</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1, 2, 3</p>	4

## 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Ссылка на источник в ЭБС
<b>Основная литература</b>		
1	Акулич И.Л. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014.— 512 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/28128.html">http://www.iprbookshop.ru/28128.html</a>
2	Алексеев С.В. Спортивный маркетинг. Правовое регулирование [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Маркетинг», «Юриспруденция» и «Физическая культура и спорт»/ Алексеев С.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 647 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81564.html">http://www.iprbookshop.ru/81564.html</a>
3	Алексеев С.В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент организации», «Юриспруденция» и «Физическая культура и спорт»/ Алексеев С.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.— 687 с.	<a href="http://www.iprbookshop.ru/21000.html">http://www.iprbookshop.ru/21000.html</a>
4	Братановский С.Н. Административно-правовое регулирование организации и деятельности общественных спортивных объединений в России [Электронный ресурс]: монография/ Братановский С.Н., Майстровой В.В., Вулах М.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2012.— 222 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/9002.html">http://www.iprbookshop.ru/9002.html</a>
5	Данченко Л.А. Прикладной маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Данченко Л.А., Ласковец С.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2003.— 89 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/11080.html">http://www.iprbookshop.ru/11080.html</a>
6	Кметь Е.Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник/ Кметь Е.Б., Ким А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 284 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/43373.html">http://www.iprbookshop.ru/43373.html</a>
7	Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/4983.html">http://www.iprbookshop.ru/4983.html</a>
8	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, 2009.— 109 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/11331.html">http://www.iprbookshop.ru/11331.html</a>
9	Пузыня Т.А. Технология продаж спортивно-оздоровительных услуг [Электронный ресурс]: практикум/ Пузыня Т.А.— Электрон. текстовые данные.— Великие Луки: Великолукская государственная академия физической культуры и спорта, 2012.— 62 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/45238.html">http://www.iprbookshop.ru/45238.html</a>
10	Пузыня Т.А. Финансово-экономический анализ деятельности спортивной организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пузыня Т.А.— Электрон. текстовые данные.— Великие Луки: Великолукская государственная академия физической культуры и спорта, 2016.— 151 с.	<a href="http://www.iprbookshop.ru/45241.html">http://www.iprbookshop.ru/45241.html</a>
<b>Дополнительная литература</b>		
11	Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: практикум/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2010.— 412 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/20086.html">http://www.iprbookshop.ru/20086.html</a>
12	Губа В.П. Теория и методика современных спортивных исследований [Электронный ресурс]: монография/ Губа В.П., Маринич В.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Издательство «Спорт», 2016.— 232 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/55567.html">http://www.iprbookshop.ru/55567.html</a>
13	Жариков Г.А. Маркетинг и его особенности в России [Электронный ресурс]: монография/ Жариков Г.А., Становкин С.К.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Прометей, 2014.— 140 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/30406.html">http://www.iprbookshop.ru/30406.html</a>
14	Невоструев П.Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Невоструев П.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Евразийский открытый институт, 2011.— 48 с.	<a href="http://www.iprbookshop.ru/10711.html">http://www.iprbookshop.ru/10711.html</a>
15	Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 383 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/8110.html">http://www.iprbookshop.ru/8110.html</a>

16	Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]/ Халилов Д.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013.— 226 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/39262.html">http://www.iprbookshop.ru/39262.html</a> .
17	Шевченко Д.А. Фандрайзинг образовательной организации [Электронный ресурс]: учебное пособие для обучающихся по дополнительным профессиональным программам/ Шевченко Д.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 336 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/85479.html">http://www.iprbookshop.ru/85479.html</a> .
18	Эмануил Розен Анатомия сарафанного маркетинга [Электронный ресурс]/ Эмануил Розен— Электрон. текстовые данные.— Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013.— 398 с	<a href="http://www.iprbookshop.ru/39138.html">http://www.iprbookshop.ru/39138.html</a>

**4.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

№ п/п	Наименование базы данных	Ссылка на ресурс
1	База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU	<a href="https://elibrary.ru/defaultx.asp">https://elibrary.ru/defaultx.asp</a>
2	База данных исследований Центра стратегических разработок	<a href="https://www.csr.ru/issledovaniya/">https://www.csr.ru/issledovaniya/</a>
3	Яндекс—Энциклопедии и словари	<a href="http://slovari.yandex.ru">http://slovari.yandex.ru</a>

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

### 5.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Код компетенции по ФГОС									
Код образовательного результата дисциплины	Текущий контроль								Промежуточная аттестация
	Кейс-задачи	Круглый стол	Опрос	Проект	Таблица по теме	Терминологический словарь/гlossарий	Схема/граф-схема	Деловая/ролевая игра	Зачет/Экзамен
ПК-1									
3.1 (ПК.1.1)		+	+						+
У.1 (ПК.1.2)					+		+		+
В.1 (ПК.1.3)								+	+
УК-3									
3.2 (УК.3.1)		+				+			+
У.2 (УК.3.2)					+		+		+
В.2 (УК.3.3)	+			+					+

**5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

#### 5.2.1. Текущий контроль.

Типовые задания к разделу "Спонсорство спортивных мероприятий":

##### 1. Деловая/ролевая игра

Изучите вопросы, подготовьтесь к деловой игре "Переговоры со спонсором"

1. Подготовка к переговорам с возможным спонсором
2. Подготовка документов
3. Особенности переговоров со спонсором.

Количество баллов: 15

## 2. Кейс-задачи

## Кейс «Меценатство, спонсорство и благотворительность»

Появление благотворительности относят к временам доисторическим и связывают с религиозными и нравственными взглядами на мир и окружающих людей. На сегодняшний день существует множество трактовок определения благотворительности, но все они несут схожую сущностную информацию: благотворительность – оказание безвозмездной помощи.

В дореволюционной России благотворительность активно развивалась. Однако в Советском Союзе она фактически перестала существовать. Возрождение началось в 90-х годах прошлого века.

Благотворительность – это синоним филантропии (от греч. *philanthropia* – человеколюбие); она не предполагает каких-то финансовых обязательств со стороны получающих поддержку; благотворитель демонстрирует свободную волю, оказывает поддержку как акт дарения в форме перечисления средств, оплаты счетов, передачи ценностей с баланса на баланс, дарственной и т.д. Согласно ст. 1 Федерального закона от 7 июля 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», благотворительной деятельностью является «добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки».

Состояние общества не влияет на прибыльность профессиональной деятельности в области культуры, науки, спорта, просвещения. Поэтому в развитых и развивающихся странах в тех или иных формах существует узаконенный институт негосударственной поддержки национального культурного достояния. В России этот институт принято называть меценатством, а людей, осуществляющих меценатскую деятельность, – меценатами.

Меценатство (от имени римского вельможи Мецената, умершего в 8 г. до н.э.) – сфера социальной активности, связанная с поддержанием и развитием объектов культуры, видов профессиональной культурной деятельности (культура, искусство, наука, образование, просвещение, спорт), составляющих культурное достояние государства.

Деятельность меценатов может свободно развиваться в стране, если на уровне и государства, и общества существуют благоприятные условия, а именно: государственное законодательство способствует законной меценатской деятельности; со стороны государства и общества меценаты получают узаконенные поощрения материального и морального порядка; на уровне общественного мнения сформирован позитивный стереотип мецената и меценатства; меценатская деятельность помогает меценату повысить свой социальный статус законным образом.

Спонсорство нередко пытаются квалифицировать как благотворительность, но по сути это разные виды помощи. Спонсорство (от лат. *spondeo* – ручаюсь, гарантирую) – это, как правило, деятельность юридических лиц, основанная (при отсутствии посредника) на соглашении между организаторами события или деятельности, с одной стороны, и коммерческой компанией – с другой. Компании зачастую выделяют спонсорство как вид непрофильного использования средств и поэтому не относят его к социально полезным, а трактуют как одну из статей расходов на рекламу. Законодательно понятие «спонсорство» было закреплено только в 1995 г. в Федеральном законе «О рекламе» от 18 июля № 108-ФЗ: спонсорство определяется как осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемой рекламы о спонсоре, его товарах. Данный Закон уже перестал действовать. 13 марта 2006 г. был принят новый Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе»; в нем фигурируют только понятия «спонсор», «спонсорская реклама», которые не противоречат ранее приведенному определению, а только уточняют его. В частности, «спонсор – лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности». Так или иначе, спонсорство представляет собой вид социальной помощи общества, целью которого является социальная поддержка.

Итак, благотворительность является, главным образом, безвозмездной помощью; это означает, что компания не должна получать от данной деятельности непосредственную финансовую выгоду, т.е. организация, выделяющая деньги на благотворительные цели, не ждет отдачи, адекватной вложенным средствам, в отличие от спонсора.

Особенность благотворительной деятельности состоит в том, что она должна соответствовать конкретным целям, определенным федеральным законом. Такими целями, например, являются помощь малообеспеченным группам граждан, охрана окружающей природной среды и защита животных, содействие защите материнства, детства и отцовства и т.д. В зависимости от субъекта выделяют три основных вида благотворительности: частная, корпоративная и благотворительность, осуществляемая некоммерческим сектором. Благотворительная деятельность, проводимая благотворительными некоммерческими организациями, является более эффективным механизмом социального развития территории. Коммерческие организации занимаются благотворительной деятельностью из желания помочь нуждающимся и повысить качество жизни на территории, но с целью, как правило, снижения рисков для бизнеса. На сегодняшний день многие крупные предприятия имеют возможность жертвовать средства на благотворительность; часть их даже создают свои фонды, которые успешно функционируют и, соответственно, положительно позиционируют компанию. Однако случается, что организация не безвозмездно передает денежные средства, а с целью получения выгоды, т.е. спонсирует мероприятия, а взамен получает рекламу, выдавая такую помощь за благотворительность.

Меценатство считается одной из форм благотворительности; его отличие – в социальных и культурных целях. Меценатство означает безвозмездную передачу финансовых и материально-технических средств гражданам

Количество баллов: 15

### **3. Круглый стол**

Круглый стол" Спонсорство на крупнейших спортивных мероприятиях: оценка эффективности"

Мероприятия для обсуждения:

1. Чемпионат мира по легкой атлетике (Москва, 2013);
2. Всемирная летняя Универсиада (Казань, 2013);
3. Олимпийские зимние игры (Сочи, 2014);
4. Этап Формулы-1 (Сочи 2014–2019);
5. Чемпионат мира по водным видам спорта (Казань, 2015);
6. Чемпионат мира по хоккею (Москва и Санкт-Петербург, 2016);
7. Кубок Конфедераций FIFA (2017);
8. Чемпионат мира по футболу FIFA (2018);
9. Всемирная зимняя Универсиада (Красноярск, 2019).

Количество баллов: 10

### **4. Опрос**

Вопросы для подготовки к устному опросу:

1. Исторические аспекты спортивного спонсорства;
2. Понятия "меценатство", "благотворительность", "спонсорство"
3. Современные аспекты спортивного спонсорства
4. Современные аспекты спортивного спонсорства
5. Структуры спонсорских программ
6. Особенности проектирования спонсорских программ
7. История олимпийского спонсорства
8. Программа ТОП в олимпийском спонсорстве
9. Нумизматическая программа как компонент олимпийского спонсорства
10. Эксплуатация спонсорской деятельности
11. Инновационный подход к спонсорству
12. Спонтанная оценка олимпийских спонсоров
13. Спонтанная оценка олимпийского спонсорства
14. Методы оценки эффективности рекламы
15. Анализ спонсорских программ современных спортивных мероприятий
16. Спонтанная оценка олимпийского спонсорства
17. Методы оценки эффективности рекламы
18. Анализ спонсорских программ современных спортивных мероприятий

Количество баллов: 5

### **5. Проект**

Темы проектов

1. История олимпийского спонсорства
2. Нумизматическая программа как компонент олимпийского спонсорства
3. Спонсорская поддержка профессионального спорта (на примере избранной специализации)
4. Проект программы франчайзинговой деятельности (на примере избранной специализации)

Количество баллов: 40

### **6. Схема/граф-схема**

Подготовить схемы:

1. Одиночные спонсорские программы
2. Многоуровневые спонсорские программы
3. Линейные спонсорские программы.
4. Области спонсирования

Количество баллов: 5

### **7. Таблица по теме**

Подготовить таблицы:

1. Спонсорская поддержка профессионального спорта
2. Виды спонсоров (сравнение генерального, титульного, официального, технического спонсорства)
3. Виды партнерства (сравнение официального, технического, информационного партнерства)
4. Олимпийские спонсоры

Количество баллов: 5

### **8. Терминологический словарь/гlossарий**

Подготовьте терминологический словарь темы "Правовой статус спонсоров спортивного мероприятия", представив анализ понятий: титульные права, представительские права, права наименования, права сектора, права поставщика.

Количество баллов: 5



### 5.2.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации в ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ».

#### Первый период контроля

##### 1. Зачет

Вопросы к зачету:

1. Исторические аспекты спортивного спонсорства;
2. Понятия "меценатство", "благотворительность", "спонсорство"
3. Современные аспекты спортивного спонсорства
4. Спонсорские программы: виды, особенности построения
5. Правовой статус спортивного мероприятия
6. Титульные и официальные спортивные спонсоры
7. Виды спортивного спонсорства и партнерства
8. Стратегическое спонсорство спортивных событий
9. Определение целевых рынков спортивного мероприятия
10. Исследование потенциальных спонсорских организаций
11. Построение оптимальных коммуникаций в спонсорстве и франчайзинге
12. История олимпийского спонсорства
13. Программа ТОП в олимпийском спонсорстве
14. Нумизматическая программа как компонент олимпийского спонсорства
15. Эксплуатация спонсорской деятельности
16. Инновационный подход к спонсорству
17. Спонтанная оценка олимпийских спонсоров
18. Методы оценки эффективности рекламы
19. Анализ спонсорских программ современных спортивных мероприятий
20. Инновационные подходы к спонсорству

### 5.3. Примерные критерии оценивания ответа студентов на экзамене (зачете):

Отметка	Критерии оценивания
"Отлично"	<ul style="list-style-type: none"><li>- дается комплексная оценка предложенной ситуации</li><li>- демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять</li><li>- последовательное, правильное выполнение всех заданий</li><li>- умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы</li></ul>
"Хорошо"	<ul style="list-style-type: none"><li>- дается комплексная оценка предложенной ситуации</li><li>- демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять</li><li>- последовательное, правильное выполнение всех заданий</li><li>- возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя</li><li>- умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы</li></ul>
"Удовлетворительно" ("зачтено")	<ul style="list-style-type: none"><li>- затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации</li><li>- неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя</li><li>- выполнение заданий при подсказке преподавателя</li><li>- затруднения в формулировке выводов</li></ul>
"Неудовлетворительно" ("не зачтено")	<ul style="list-style-type: none"><li>- неправильная оценка предложенной ситуации</li><li>- отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий</li></ul>

## 6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1. Лекции

Лекция - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов. Работа обучающихся на лекции включает в себя: составление или слежение за планом чтения лекции, написание конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой.

Требования к конспекту лекций: краткость, схематичность, последовательная фиксация основных положений, выводов, формулировок, обобщений. В конспекте нужно помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Последующая работа над материалом лекции предусматривает проверку терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. В конспекте нужно обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

### 2. Практические

Практические (семинарские занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения практических занятий и семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

При подготовке к практическому занятию необходимо, ознакомиться с его планом; изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, ознакомиться с дополнительной литературой (справочниками, энциклопедиями, словарями). К наиболее важным и сложным вопросам темы рекомендуется составлять конспекты ответов. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения основным понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме.

В ходе практического занятия надо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

### 3. Зачет

Цель зачета – проверка и оценка уровня полученных студентом специальных знаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации.

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором обучающиеся получают предварительный перечень вопросов к зачету и список рекомендуемой литературы, их ставят в известность относительно критериев выставления зачёта и специфике текущей и итоговой аттестации. С самого начала желательно планомерно осваивать материал, руководствуясь перечнем вопросов к зачету и списком рекомендуемой литературы, а также путём самостоятельного конспектирования материалов занятий и результатов самостоятельного изучения учебных вопросов.

По результатам сдачи зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

### 4. Опрос

Опрос представляет собой совокупность развернутых ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Опрос может проводиться в устной и письменной форме.

Подготовка к опросу включает в себя:

- изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется опросом;
- повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения;
- изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний;
- составление в мысленной форме ответов на поставленные вопросы.

### 5. Круглый стол

Оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

При подготовке к круглому столу необходимо:

1. Выбрать тему, ее может предложить как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

### 6. Терминологический словарь/гlossарий

Терминологический словарь/гlossарий – текст справочного характера, в котором представлены в алфавитном порядке и разъяснены значения специальных слов, понятий, терминов, используемых в какой-либо области знаний, по какой-либо теме (проблеме).

Составление терминологического словаря по теме, разделу дисциплины приводит к образованию упорядоченного множества базовых и периферийных понятий в форме алфавитного или тематического словаря, что обеспечивает студенту свободу выбора рациональных путей освоения информации и одновременно открывает возможности регулировать трудоемкость познавательной работы.

Этапы работы над терминологическим словарем:

1. внимательно прочитать работу;
2. определить наиболее часто встречающиеся термины;
3. составить список терминов, объединенных общей тематикой;
4. расположить термины в алфавитном порядке;
5. составить статьи гlossария:
  - дать точную формулировку термина в именительном падеже;
  - объемно раскрыть смысл данного термина.

### 7. Таблица по теме

Таблица – форма представления материала, предполагающая его группировку и систематизированное представление в соответствии с выделенными заголовками граф.

Правила составления таблицы:

1. таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования;
2. название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично;
3. в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения;
4. при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире;
5. числовые значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности;
6. таблица с числовыми значениями должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом;
7. если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения;
8. в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа.

## **8. Схема/граф-схема**

Схема — графическое представление определения, анализа или метода решения задачи, в котором используются символы для отображения данных.

Граф-схема — графическое изображение логических связей между основными субъектами текста (отношений между условно выделенными константами).

Для выполнения задания на составление схемы/граф-схемы необходимо:

1. Выделить основные понятия, изученные в данном разделе (по данной теме).
2. Определить, как понятия связаны между собой.
3. Показать, как связаны между собой отдельные блоки понятий.
4. Привести примеры взаимосвязей понятий в соответствии с созданной граф-схемой.

## **9. Деловая/ролевая игра**

Деловая/ролевая игра - оценочное средство для проверки продуктивных умений в условиях игрового моделирования реальной проблемной ситуации.

Регламент игры:

1. Ознакомление участников с целью, задачами и правилами деловой игры.
2. Формирование игровых команд.
3. Разработка деловой игры.
4. Сценарий деловой игры.
5. Реализация деловой игры.
6. Подведение итогов деловой игры.
7. Групповое обсуждение хода деловой игры.
8. Заключительное слово руководителя деловой игры.

Основными моментами для подготовки деловой игры являются:

- определение цели деловой игры;
- описание игровой ситуации;
- формулирование правил проведения деловой игры;
- подготовка реквизита;
- определение системы оценивания результатов игры (оценочный лист).

## **10. Проект**

Проект – это самостоятельное, развёрнутое решение обучающимся, или группой обучающихся какой-либо проблемы научно-исследовательского, творческого или практического характера.

Этапы в создании проектов.

1. Выбор проблемы.
2. Постановка целей.
3. Постановка задач (подцелей).
4. Информационная подготовка.
5. Образование творческих групп (по желанию).
6. Внутригрупповая или индивидуальная работа.
7. Внутригрупповая дискуссия.
8. Общественная презентация – защита проекта.

## **11. Кейс-задачи**

Кейс – это описание конкретной ситуации, отражающей какую-либо практическую проблему, анализ и поиск решения которой позволяет развивать у обучающихся самостоятельность мышления, способность выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, а также аргументировано отстаивать собственную позицию.

Рекомендации по работе с кейсом:

1. Сначала необходимо прочитать всю имеющуюся информацию, чтобы составить целостное представление о ситуации; не следует сразу анализировать эту информацию, желательно лишь выделить в ней данные, показавшиеся важными.
2. Требуется охарактеризовать ситуацию, определить ее сущность и отметить второстепенные элементы, а также сформулировать основную проблему и проблемы, ей подчиненные. Важно оценить все факты, касающиеся основной проблемы (не все факты, изложенные в ситуации, могут быть прямо связаны с ней), и попытаться установить взаимосвязь между приведенными данными.
3. Следует сформулировать критерий для проверки правильности предложенного решения, попытаться найти альтернативные способы решения, если такие существуют, и определить вариант, наиболее удовлетворяющий выбранному критерию.
4. В заключении необходимо разработать перечень практических мероприятий по реализации предложенного решения.
5. Для презентации решения кейса необходимо визуализировать решение (в виде электронной презентации, изображения на доске и пр.), а также оформить письменный отчет по кейсу.

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

1. Дифференцированное обучение (технология уровневой дифференциации)
2. Проблемное обучение
3. Проектные технологии
4. Кейс-технологии
5. Игровые технологии

## **8. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ**

1. компьютерный класс – аудитория для самостоятельной работы
2. учебная аудитория для лекционных занятий
3. учебная аудитория для семинарских, практических занятий
4. Лицензионное программное обеспечение:
  - Операционная система Windows 10
  - Microsoft Office Professional Plus
  - Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
  - Справочная правовая система Консультант плюс
  - 7-zip
  - Adobe Acrobat Reader DC