

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Современные тренды в мировой индустрии спорта

Автор:

Заведующий кафедрой менеджмента в спортивной и туристской индустрии, к.э.н., доцент
М.Ю. Белякова

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Международный спортивный менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

План курса:

Тема 1. Всеобщая глобализация мировой индустрии

Большой спорт и новые страны. В большой спорт вовлекаются новые страны. Катар, Россия, страны Азии. В Китае правительство и бизнес все больше инвестируют в спорт: Alibaba заключила долгосрочный контракт с Международным олимпийским комитетом, Wanda Group и Hisense — с FIFA. Власти Китая предполагают создать к 2025 году в стране индустрию спорта объемом 813 млрд долларов. Инвестиции в приобретение интеллектуальной собственности. Борьба за контент и право распоряжаться им. Одновременно появляются и новые источники контента: спортсмены сами превращаются в «медиа», общаясь с аудиторией без посредников; правообладатели объединяют усилия с брендами, телеведущими, а зачастую самостоятельно работают над созданием уникального контента. Конкуренция за внимание болельщиков - новые форматы. Изменения касаются времени проведения турниров и трансляций, создания укороченных версий игр, появления «экзотических» соревнований, например, по дрон-рейсингу.

Тема 2. Взаимовлияние индустрии развлечений и спорта

Музыкальные выступления и шоу — неотъемлемая часть праздника на спортивных мероприятиях. По-прежнему важен поиск синергии от объединения двух массовых зрелищных форматов. Например, 16% американцев посещали музыкальное событие, связанное со спортивным мероприятием, но 46% из них не приходили на само спортивное мероприятие. Спортивные события в прямом эфире все чаще смотрят в социальных сетях и через каналы over-the-top (OTT). Просмотр контента через OTT-канал будет все более привлекательным с расширением возможностей и платформ. Все игроки рынка, особенно владельцы прав на контент, смогут монетизировать этот тренд. «Подключенность» фанатов открывает новые возможности коммуникации с ними — от создания

эмоционального вовлечения до наращивания выручки от работы с фанатами. При этом мобильный телефон становится главной точкой контакта с аудиторией.

Тема 3. Киберспорт

Хотя на статус серьезной спортивной силы эта индустрия пока не рассчитывает, крупнейшие спортивные клубы уже приобретают киберкоманды и киберигроков, надеясь вместе с ними привлечь новую молодую аудиторию.

Тема 4. Социальная ответственность. Научный подход к спонсорству

Неотъемлемая часть спорта – социальная ответственность. От поддержки локальных сообществ и заботы об окружающей среде до соблюдения высоких этических стандартов при осуществлении работы как спортивными функционерами, так и самими спортсменами — аудитория обращает внимание на социальные эффекты, которые спортивный бизнес оказывает на общество. Данные и CRM-системы становятся основой взаимоотношений с болельщиками. Персонализированный подход не только позволяет показывать определенным группам релевантный контент, но и открывает возможность монетизации отношений через схемы членства, подписок, прямых продаж. Благодаря данным спонсоры могут лучше продумывать активации и проводить эффективные кампании. Научный подход к спонсорству: измерения возврата на инвестиции становятся все более актуальным. Постанализ дает маркетологам возможность оценить эффективность прошедших кампаний, но следующим шагом станет предиктивный анализ эффекта от кампаний и спонсорства.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Современные тренды в мировой индустрии спорта» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Всеобщая глобализация мировой индустрии	Эссе
Взаимовлияние индустрии развлечений и спорта	Эссе
Киберспорт	Эссе
Социальная ответственность. Научный подход к спонсорству	Эссе

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): устный опрос

Основная литература:

1. Изаак, С. И. Стратегия развития спортивной отрасли: монография / С. И. Изаак. — М.: Издательство «Спорт», 2018. — 168 с. — ISBN 978-5-9500183-7-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88468.html>

2. Ульяновский, А. В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев: учебное пособие / А. В. Ульяновский. — Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 350 с. — ISBN 978-5-4497-0072-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86299.html>