

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Российский государственный гуманитарный университет»**  
**(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

## **РАБОТА СО СПОНСОРАМИ В ПРОЕКТАХ ГУМАНИТАРНОЙ СФЕРЫ**

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

38.03.01 Экономика

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

Экономика и анализ данных

---

*Наименование направленности (профиля) / специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *Очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

**Работа со спонсорами в проектах гуманитарной сферы**  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

А.В Малыгин,

канд.экон.наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы

№6 от 04.04.2024

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1.	Пояснительная записка .....	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине .....	4
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	4
2.	Структура дисциплины.....	4
3.	Содержание дисциплины .....	4
4.	Образовательные технологии .....	5
5.	Оценка планируемых результатов обучения.....	5
5.1	Система оценивания.....	5
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине .....	6
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	7
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	10
6.1	Список источников и литературы .....	10
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ....	10
6.3	Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы .....	10
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	11
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	11
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины .....	13

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у обучающихся знаний теоретических аспектов спонсорских коммуникаций и формирование у них практических навыков разработки спонсорских пакетов, их активации и построения эффективных отношений со спонсорами.

Задачи:

- анализ современных концепций спонсорства, обобщенный и систематизированный опыт спонсорских коммуникаций компаний разных отраслей и рынков (модель OPOSA и др.);
- использование эффективных методик построения отношений со спонсорами и поиска креативных форм коммуникаций;
- формирование умений и навыков, позволяющих реализовать предложения для спонсоров проектов в гуманитарной сфере.

Дисциплина реализуется в формате онлайн-курса на платформе РГГУ.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать** сущность, функции и задачи спонсорства проектов в гуманитарной сфере.

**Уметь** формировать предложения для спонсоров проектов в гуманитарной сфере; находить потенциальных спонсоров, проводить переговоры и заключать соглашения о партнерстве.

**Владеть** навыками использования инструментов активации спонсорства и оценивать его эффективность.

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Работа со спонсорами в проектах гуманитарной сферы» относится к факультативным дисциплинам учебного плана.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 академических часа (ов).

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	8
2	Семинары	8
Всего:		16

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 56 академических часов.

## 3. Содержание дисциплины

### Раздел 1. Понятие и специфика спонсорства в гуманитарной сфере

### **Тема 1.1. Специфика спонсорства в гуманитарной сфере**

Гуманитарная сфера деятельности: роль, сферы знаний, специфические характеристики. Содержание деятельности в гуманитарной сфере: решение социальных проблем и коммерческие приоритеты. Участники спонсорских отношений в гуманитарной сфере. Специфика спонсорства в образовании. Специфика спонсорства в культуре. Специфика спонсорства в спорте. Специфика спонсорства в сообществах

### **Тема 1.2. Сущность и принципы спонсорства**

Понятие и сущность спонсорства. Заблуждения о спонсорстве. Конкуренты спонсорства. Типы и градации спонсорства. Источники доходов. Коммуникационный эффект события. Стратегии косвенного маркетинга. Треугольник спонсорства. Две субъектности спонсорства. Выгоды сторон. Принципы спонсорства. Процесс работы со спонсорами (OPOSA).

## **Раздел 2. Организация работы со спонсорами**

### **Тема 2.1. Объекты спонсорства в проектах гуманитарной сферы**

Понятие объекта спонсирования. Центры притяжения аудиторий. Виды объектов спонсорства. Определение объекта спонсирования: анализ объекта маркетинга, анализ бизнес-модели объекта, оценка потребности в формах партнерства.

### **Тема 2.2. Оценка маркетингового потенциала объекта спонсорства**

Оценка целевых аудиторий объекта спонсорства. Этапы оценки маркетингового потенциала. Характеристики аудитории объекта спонсирования. Спонсорский инвентарь. Коммуникационные возможности. Факторы, увеличивающие маркетинговый потенциал.

### **Тема 2.3. Разработка предложений для спонсоров**

Структура и содержание предложений для спонсоров (спонсорского пакета). Градация в предложениях для спонсоров. Расчёт стоимости предложения для спонсоров. Поиск потенциальных спонсоров и переговоры. Реестр спонсоров. Воронка фандрайзинга. Параметры партнерства с конкретным спонсором.

### **Тема 2.4. активация спонсорского соглашения и оценка эффективности отношений**

Виды и способы активации спонсорского соглашения. Варианты и этапы активации спонсорства. Вклад сторон в активацию. Перманентная активация спонсорства. Взаимная активация спонсорства. Оценка эффективности спонсорских отношений. Повышение эффективности партнерства

## **4. Образовательные технологии**

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

## **5. Оценка планируемых результатов обучения**

### **5.1 Система оценивания**

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
Выполнение тестовых заданий	10 баллов	60 баллов

Промежуточная аттестация (итоговое тестирование) – зачет	40 баллов
<b>Итого за семестр</b>	<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### *Оценочные средства для текущего контроля успеваемости*

#### **Тема 1.1. Специфика спонсорства в гуманитарной сфере**

##### *Примеры тестовых заданий:*

1. Среди источников финансирования профессионального футбольного клуба можно выделить:
  - a. Продажу медиа прав
  - b. Спонсорство
  - c. Государственное финансирование
  
2. Спонсор выставки, посвященной развитию новых образовательных технологий, может использовать для активации:
  - a. ...прямую телетрансляцию с выставки
  - b. ...рекламные средства экспонентов выставки
  - c. ...стенд, участие в деловой программе, предоставление подарков

#### **Тема 1.2. Сущность и принципы спонсорства**

3. Роль гуманитарной сферы определяется:
  - a. ...большим объемом исследований в области гуманитарных наук
  - b. ...высоким значением гуманитарных ценностей
  - c. ...повышением роли человека в постиндустриальную эпоху
  
4. Модель «треугольник спонсорства» включает:
  - a. Спонсирование (правообладателя)
  - b. Спонсора
  - c. Целевые аудитории
  - d. Административные органы
  - e. Инвестора

#### **Тема 2.1. Объекты спонсорства в проектах гуманитарной сферы**

5. Лицо, предлагающее спонсору свои коммуникационные возможности для продвижения бренда  
Ответ: \_\_\_\_\_
6. Принципы спонсорства это:
- Правила, регламентируемые нормативно-правовыми актами
  - Нестрогие правила, следование которым повышает эффективность спонсорства
  - Строгие правила, регулируемые договорными обязательствами сторон спонсорства

### **Тема 2.2. Оценка маркетингового потенциала объекта спонсорства**

7. Стратегия партнерства это:
- Маркетинговые действия в информационном пространстве события без согласования с организаторами и без нарушения правовых норм
  - Маркетинговые действия в информационном пространстве события с согласованием с организаторами и соблюдением правовых норм
  - Маркетинговые действия в информационном пространстве события без согласования с организаторами и с нарушением правовых норм
8. Для организации гуманитарной сферы спонсорство является:
- Инструментом продвижения своего бренда
  - Источником финансирования и дополнительной коммуникацией

### **Тема 2.3. Разработка предложений для спонсоров**

9. Объектами спонсирования продюсерского центра как правило являются:
- Артисты
  - Концерты
  - Бизнес-семинары
  - Музыкальные фестивали
  - Конференции
10. Потребность в спонсорстве повышается в случаях:
- В случае усиления рыночной конкуренции
  - Когда у организации гуманитарной сферы недостаточной средств для осуществления своей деятельности
  - Если организация гуманитарной сферы имеет стабильное финансирование из госбюджета

### **Тема 2.4. активация спонсорского соглашения и оценка эффективности отношений**

11. Анализ бизнес-модели объекта спонсирования включает
- Анализ его целевых аудиторий
  - Анализ уровня образования персонала
  - Анализ организационной структуры
12. Принимая решения о партнерстве, спонсор в первую очередь оценивает:
- Характеристики аудиторий объекта и возможные ассоциации с его ценностями
  - Цену спонсорского пакета, предлагаемого потенциальному спонсору
  - Компетенции менеджеров организации гуманитарной сферы



*Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации*

1. Из приведенных ниже видов деятельности к спонсорству не относятся:
  - a. Продажа атрибутики
  - b. Проведение рекламных акций
  - c. Продвижение брендов партнеров
  - d. Анализ аудитории маркетингового события
  - e. Государственно-частное партнерство
  - f. Медицинское обеспечение массовых событий
  - g. Организация кадрового обеспечения
  
2. Партизанский маркетинг представляет собой
  - a. Использование ажиотажа вокруг спортивного события в маркетинговых целях без согласования с правообладателями, но и с нарушениями норм права
  - b. Участие анонимных коммерческих представителей организации в процессе подготовки и проведения событий
  - c. Уклонение от налогов при продаже спортивных продуктов – событий, услуг, товаров или информации
  - d. Использование ажиотажа вокруг спортивного события в маркетинговых целях без согласования с правообладателями и без нарушения норм права
  
3. Установите соответствие между уровнем спонсоров студенческого спортивного клуба (левый столбец) и его характеристиками (правый столбец)

Технический спонсор	Вносит наибольший финансовый вклад
Титульный спонсор	Помогает решать задачи по продвижению клуба
Информационный спонсор	Предоставляет экипировку и инвентарь

4. Принцип срочности в спонсорстве означает
  - a. Быстрая реализация отношений между спонсорами и спонси
  - b. Проведение спонсорских активаций во время важных событий
  - c. Ограничение действия спонсорского соглашения конкретным сроком
  
5. Спортивной организации необходимо
  - a. Как можно больше спонсоров
  - b. Количество спонсоров, обеспечивающее решение задач спортивной организации
  - c. Столько спонсоров, сколько она сможет привлечь
  
6. Стоимость спонсорского пакета определяется с учетом
  - a. Спроса на маркетинговые коммуникации у спонсоров
  - b. Величины прибыли, которую нужно получить спортивной организации
  - c. Потребности спортивной организации в денежных и материальных средствах
  - d. Цен на подобные маркетинговые коммуникации у конкурентов
  - e. Позиционирования спортивной организации
  
7. Правообладатель в спонсорстве
  - a. определяет принадлежность спонсорских прав на конкретное мероприятие
  - b. приобретает спонсорские права на конкретные мероприятия
  - c. продает спонсорские права на свое событие

8. Цели отношений со спонсорами обычно формулируются с использованием контентных (качественных), количественных и временных характеристик. Сформулируйте одну из таких целей организаторов музыкального фестиваля с использованием этих характеристик.
- Повысить число зрителей фестиваля до 15 тысяч
  - Увеличить количество спонсоров конкурса с 2 до 5 в течение года
  - Добиться финансирования фестиваля из регионального бюджета в объеме 2 млн. рублей

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Список источников и литературы

#### Источники

- Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ. // СПС «Консультант Плюс»

#### Литература

##### Основная:

- Савченко, И. А. Онтология межкультурной коммуникации : монография / И.А. Савченко. — 2-е изд., с изм. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 390 с. - ISBN 978-5-16-111518-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2018070>
- Маркетинг-менеджмент : учебное пособие / Л.С. Брусенцова, Е.В. Козлова, Л.В. Кузнецова, И.К. Полянская. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 151 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-112459-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144867>

##### Дополнительная:

- Fenton W., Collett P. The Sponsorship Handbook. - Wiley, 2011. Chapt.1. — URL: [https://media.wiley.com/product\\_data/excerpt/44/04709798/0470979844-4.pdf](https://media.wiley.com/product_data/excerpt/44/04709798/0470979844-4.pdf).
- Евдокимов, О. Г. Маркетинговые коммуникации в экономике : учебное пособие / О. Г. Евдокимов. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 106 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1896335>
- Шевченко Д.А. Фандрайзинг образовательной организации. – М.: ИТК «Дашков и К», 2020. — URL: <https://www.marketologi.ru/docs/downloads/lib/elektronnaja-biblioteka/3964/1.pdf>.

### 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
- ELibrary.ru** Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
- Онлайн библиотека Google <https://books.google.ru/books>
- The Sponsorshipcollective <https://sponsorshipcollective.com/>
- The Statistics Portal <http://www.statista.com/>
- Сайт о спортивном маркетинге и спонсорстве <http://sportmarketing.school>

### 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером, проектором и аудиосистемой для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

## 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Цель дисциплины* – формирование у обучающихся знаний теоретических аспектов спонсорских коммуникаций и формирование у них практических навыков разработки спонсорских пакетов, их активации и построения эффективных отношений со спонсорами.

*Задачи:*

- анализ современных концепций спонсорства, обобщенный и систематизированный опыт спонсорских коммуникаций компаний разных отраслей и рынков (модель OPOSA и др.);
- использование эффективных методик построения отношений со спонсорами и поиска креативных форм коммуникаций;
- формирование умений и навыков, позволяющих реализовать предложения для спонсоров проектов в гуманитарной сфере.

Дисциплина реализуется в формате онлайн-курса на платформе РГГУ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать** сущность, функции и задачи спонсорства проектов в гуманитарной сфере.

**Уметь** формировать предложения для спонсоров проектов в гуманитарной сфере; находить потенциальных спонсоров, проводить переговоры и заключать соглашения о партнерстве.

**Владеть** навыками использования инструментов активации спонсорства и оценивать его эффективность.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.