

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**

41.03.01 Зарубежное регионоведение

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

Азиатские исследования

---

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

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

№ 02 от 29.02.2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |  |
|--|--|
| 1. Пояснительная записка .....   | 4                                      |
| <b>1.1. Цель и задачи дисциплины .....</b>   | <b>4</b>                               |
| <b>1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....</b>          | <b>4</b>                               |
| <b>1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....</b>  | <b>4</b>                               |
| 2. Структура дисциплины.....   | 4                                      |
| 3. Содержание дисциплины.....  | 5                                      |
| 4. Образовательные технологии .....  | 5                                      |
| 5. Оценка планируемых результатов обучения.....  | 5                                      |
| <b>5.1 Система оценивания.....</b>   | <b>5</b>                               |
| <b>5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....</b>  | <b>6</b>                               |
| <b>5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....</b> | <b>7</b>                               |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....  | 10                                     |
| <b>6.1 Список источников и литературы .....</b>  | <b>10</b>                              |
| <b>6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ...</b>   | <b>11</b>                              |
| <b>6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....</b>  | <b>11</b>                              |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....  | 11                                     |
| 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....                               | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 9. Методические материалы.....   | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| <b>9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....</b>  | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| <b>9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ ....</b>   | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| <b>9.3 Иные материалы.....</b>   | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> |
| 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 очной 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              | 14               |
| 2       | Семинары            | 14               |
| Всего:  |                     | 28               |

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 44 академических часа.

### **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 предложении 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 занятий по дисциплине применяются такие образовательные технологии как онлайн-лекции, представление конспектов лекций и презентационного материала. К каждой лекции прилагаются контрольные вопросы для повторения и самопроверки, список рекомендуемой литературы и глоссарий.

### **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/<br>A,B    | отлично/<br>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/<br>C       | хорошо/<br>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>     |

| Баллы/<br>Шкала<br>ECTS | Оценка по<br>дисциплине            | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине  |
|-------------------------|------------------------------------|---|
| 67-50/<br>D,E           | удовлетворительно/<br>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> |
| 49-0/<br>F,FX           | неудовлетворительно/<br>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 материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине*

*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
  
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

- е. Инвестора
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
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
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
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



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.

- a. Повысить число зрителей фестиваля до 15 тысяч
- b. Увеличить количество спонсоров конкурса с 2 до 5 в течение года
- c. 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

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

#### Литература

##### Основная:

1. 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).
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 363 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489088>
3. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489533>.
4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531436>.
5. Лебедева, М. М. Трансформация социально-гуманитарной сферы мировой политики: последствия для России / М. М. Лебедева, Л. Р. Рустамова // Вестник МГИМО Университета. — 2018. — № 5 (62). — С. 114–130. — URL: <https://www.vestnik.mgimo.ru/jour/article/view/808/799>.

##### Дополнительная:

6. Малыгин А. Современное спортивное спонсорство: сущность и принципы // Вестник Российского международного Олимпийского университета. - №3 (24). - 2017. — URL: [https://www.olympicuniversity.ru/documents/289537/507664/september2017\\_24.pdf/aec3090e-1b4d-40be-9838-6601215b6cfb](https://www.olympicuniversity.ru/documents/289537/507664/september2017_24.pdf/aec3090e-1b4d-40be-9838-6601215b6cfb).
7. Проблемы спонсорства учреждений культуры в современной России [Электронный ресурс] / Сазонов Игорь Иванович; И. И. Сазонов // Вестник РГГУ. - 2014. - № 9. - С. 171-175. - (Серия "Юридические науки"). - Режим доступа. — URL: <http://elibrary.ru/elib/000010649>.
8. Тульчинский, Г. Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум для вузов / Г. Л. Тульчинский. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489144>.
9. 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».

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

## 6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://www.rsuh.ru/liber/resources.php>

## 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.