

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Рабочая программа дисциплины**  
**ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ СО СПОНСОРАМИ**

<b>Блок:</b>	<b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	<b>Обязательная</b>
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	<b>Б1.О.29</b>
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	<b>6 семестр - 2;</b>
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	<b>72 часа</b>
<b>Лекции</b>	<b>6 семестр - 12 часов;</b>
<b>Практические занятия</b>	<b>6 семестр - 12 часов;</b>
<b>Лабораторные работы</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Консультации</b>	<b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>6 семестр - 47,7 часа;</b>
<b>в том числе на КП/КР</b>	<b>не предусмотрено учебным планом</b>
<b>Иная контактная работа</b>	<b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>
<b>включая:</b> <b>Контрольная работа</b> <b>Тестирование</b>	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>6 семестр - 0,3 часа;</b>

**Москва 2023**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Меркулов Д.В.
	Идентификатор	Rf8b92acd-MerkulovDVI-7ac05026

Д.В. Меркулов

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель  
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Родин А.Б.
	Идентификатор	Reb974a93-RodinAB-1ebf636b

А.Б. Родин

Заведующий выпускающей  
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** изучение основных понятий, критериев, методов продвижения и эффективность спонсорской деятельности в рекламе

### Задачи дисциплины

- понимать природу современной рекламы и связей с общественностью;
- изучить современные технологии по привлечению инвестиций;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики привлечения инвестиций.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-1 <sub>ОПК-4</sub> Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности	знать: - основные составляющие технологий организации и проведения кампаний по привлечению инвестиций.  уметь: - обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-3 <sub>ОПК-5</sub> Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня	знать: - принципы разработки и планирования мероприятий по привлечению средств.  уметь: - оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Реклама и связи с общественностью (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Основные принципы спонсорства	17.7	6	3	-	3	-	-	-	-	-	11.7	-	<p><b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты:</p> <p><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу Теория эффективной рекламы и особенности создания рекламного продукта различных видов и подготовка к контрольной работе</p> <p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Теория эффективной рекламы и особенности создания рекламного продукта различных видов" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Теория эффективной рекламы и особенности создания рекламного продукта различных видов"</p> <p><b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b> Подготовка домашнего задания направлена</p>	
1.1	Основные принципы спонсорства как основа имиджа современной компании	7.7		1	-	1	-	-	-	-	-	-	5.7		-
1.2	Информационные спонсоры	10		2	-	2	-	-	-	-	-	-	6		-

														на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Теория эффективной рекламы и особенности создания рекламного продукта различных видов" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. <b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы <b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Теория эффективной рекламы и особенности создания рекламного продукта различных видов" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], 1-57
2	Технологии привлечения спонсоров	16	2	-	2	-	-	-	-	-	-	12	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Творческое производство и технология разработки рекламного продукта (по видам)"
2.1	Планирование спонсорского проекта	8	1	-	1	-	-	-	-	-	-	6	-	<b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы
2.2	Планирование бюджета проекта	8	1	-	1	-	-	-	-	-	-	6	-	<b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу Творческое производство и технология разработки рекламного продукта (по видам) и подготовка к контрольной работе <b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Творческое производство и технология разработки рекламного продукта (по видам)" подготовка к выполнению заданий на практических

														занятиях <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Творческое производство и технология разработки рекламного продукта (по видам)" <b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Творческое производство и технология разработки рекламного продукта (по видам)" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 2-99
3	Составление спонсорского пакета	18	3	-	3	-	-	-	-	-	12	-	<b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Изучение материалов по разделу Рекламный продукт и организация процесса его разработки и подготовка к контрольной работе	
3.1	Типы и виды спонсорских пакетов	8	1	-	1	-	-	-	-	-	6	-		
3.2	Телефонные переговоры с потенциальным спонсором	10	2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Рекламный продукт и организация процесса его разработки" <b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Рекламный продукт и организация процесса его разработки" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным	

														<p>поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты:</p> <p><b><u>Подготовка домашнего задания:</u></b> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Рекламный продукт и организация процесса его разработки" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.</p> <p><b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы</p> <p><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Рекламный продукт и организация процесса его разработки"</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 111-178</p>
4	Управление и оценка спонсорского проекта	20	4	-	4	-	-	-	-	-	-	12	-	<p><b><u>Подготовка доклада, выступления:</u></b> Задание связано с углубленным изучением разделов дисциплины и самостоятельным поиском материалов для раскрытия темы доклада. Материалы выполненной работы представляются в электронном виде или в форме распечатанных презентационных слайдов. В качестве тем докладов студентам предлагаются следующие варианты:</p> <p><b><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u></b> Проработка лекции, выполнение и</p>
4.1	Прагматическая сторона спонсоринговой кампании	10	2	-	2	-	-	-	-	-	-	6	-	
4.2	Критерии оценки и отбора поддерживаемого проекта	10	2	-	2	-	-	-	-	-	-	6	-	

													<p>подготовка к защите лаб. работы  <u><b>Подготовка к текущему контролю:</b></u>  Повторение материала по разделу "Планирование и проведение рекламных кампаний"  <u><b>Подготовка к контрольной работе:</b></u>  Изучение материалов по разделу Планирование и проведение рекламных кампаний и подготовка к контрольной работе  <u><b>Подготовка к практическим занятиям:</b></u>  Изучение материала по разделу "Планирование и проведение рекламных кампаний" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях  <u><b>Самостоятельное изучение теоретического материала:</b></u> Изучение дополнительного материала по разделу "Планирование и проведение рекламных кампаний"  <u><b>Подготовка домашнего задания:</b></u>  Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Планирование и проведение рекламных кампаний" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.  <u><b>Изучение материалов литературных источников:</b></u>  [1], 211-289</p>
	Зачет с оценкой	0.3	-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-	
	Всего за семестр	72.0	12	-	12	-	-	-	-	0.3	47.7	-	
	Итого за семестр	72.0	12	-	12	-	-	-	-	0.3	47.7	-	

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

### **3.2 Краткое содержание разделов**

#### 1. Основные принципы спонсорства

##### 1.1. Основные принципы спонсорства как основа имиджа современной компании

Определения понятий спонсорство и благотворительность, спонсор и благо получатель. Основные сферы спонсорской деятельности. Основная характеристика спонсорского проекта.

##### 1.2. Информационные спонсоры

Выгоды и мотивация СМИ при поддержке проектов. Виды информационной поддержки: реклама, журналистика. Принципы работы со СМИ как спонсором. Принципы работы с рекламным агентством как спонсором. Ведение переговоров и заключение соглашения об информационной поддержке проекта.

#### 2. Технологии привлечения спонсоров

##### 2.1. Планирование спонсорского проекта

Значимость и актуальность тематики проекта Составление содержательного и календарного планов реализации проекта. Планирование информационного сопровождения. Подготовка пакета документов.

##### 2.2. Планирование бюджета проекта

Основные графы бюджета. Комментарии к бюджету. Возможность собственного вклада, возможность привлечения спонсоров в денежной и неденежной форме. Составление списка потенциальных спонсоров.

#### 3. Составление спонсорского пакета

##### 3.1. Типы и виды спонсорских пакетов

Спонсорское ранжирование. Спонсорские выгоды. Калькуляция спонсорской выгоды.

##### 3.2. Телефонные переговоры с потенциальным спонсором

Основные вопросы и ответы. Реагирование на отказ. Договоренность о личной встрече. Личная встреча со спонсором. Технологии возражения протестам.

#### 4. Управление и оценка спонсорского проекта

##### 4.1. Прагматическая сторона спонсоринговой кампании

Специалист по связям с общественностью как человек принимающий решение о спонсорстве. Классификация спонсорских проектов и инициатив. Благотворительность и спонсорство как социальная ответственность бизнеса.

##### 4.2. Критерии оценки и отбора поддерживаемого проекта

Технологии переговоров с фандрайзерами. Основные требования к проектам, отчетности. Оценка эффективности проекта. Критерии эффективности. Калькуляция спонсорского эффекта. Проведение исследований и опросов для оценки спонсорского эффекта.

### **3.3. Темы практических занятий**

1. Основные принципы спонсорства как основа имиджа современной компании;
2. Информационные спонсоры;

3. Планирование спонсорского проекта;
4. Типы и виды спонсорских пакетов;
5. Прагматическая сторона спонсоринговой кампании;
6. Критерии оценки и отбора поддерживаемого проекта.

### **3.4. Темы лабораторных работ** не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

#### *Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)*

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Теория эффективной рекламы и особенности создания рекламного продукта различных видов"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Творческое производство и технология разработки рекламного продукта (по видам)"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Рекламный продукт и организация процесса его разработки"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Планирование и проведение рекламных кампаний"

#### *Текущий контроль (ТК)*

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Теория эффективной рекламы и особенности создания рекламного продукта различных видов"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Творческое производство и технология разработки рекламного продукта (по видам)"
3. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Рекламный продукт и организация процесса его разработки"
4. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Планирование и проведение рекламных кампаний"

### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ** Курсовой проект/ работа не предусмотрены

### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)				Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	
<b>Знать:</b>						
основные составляющие технологий организации и проведения кампаний по привлечению инвестиций	ИД-1 <sub>ОПК-4</sub>			+		Тестирование/Составление спонсорского пакета
принципы разработки и планирования мероприятий по привлечению средств	ИД-3 <sub>ОПК-5</sub>				+	Тестирование/Оценка спонсорского проекта
<b>Уметь:</b>						
обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы	ИД-1 <sub>ОПК-4</sub>	+				Контрольная работа/Основные принципы спонсорства
оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений	ИД-3 <sub>ОПК-5</sub>		+			Контрольная работа/Технологии привлечения спонсоров

## **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

**6 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Основные принципы спонсорства (Контрольная работа)
2. Оценка спонсорского проекта (Тестирование)
3. Составление спонсорского пакета (Тестирование)
4. Технологии привлечения спонсоров (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

*Зачет с оценкой (Семестр №6)*

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»

В диплом выставляется оценка за 6 семестр.

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. Марков, А. П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность : учебное пособие для вузов по специальности 053100 "Социально-культурная деятельность" / А. П. Марков . – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2005 . – 400 с. – (Б-ка Гуманит.ун-та ; Вып.23) . - ISBN 5-7621-0326-9 .;
2. А. И. Бойко- "Спонсоринг", Издательство: "Московский государственный университет экономики, статистики и информатики", Москва, 2004 - (57 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93216>.

### **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Windows / Операционная система семейства Linux;
3. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

### **5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных ВИНТИ online - <http://www.viniti.ru/>
5. База данных журналов издательства Elsevier - <https://www.sciencedirect.com/>
6. Электронные ресурсы издательства Springer - <https://link.springer.com/>

7. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
8. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
9. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
10. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
11. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
12. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
13. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
14. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
15. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
16. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-917, Учебная аудитория	стол, стул, доска интерактивная, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-917, Учебная аудитория	стол, стул, доска интерактивная, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-917, Учебная аудитория	стол, стул, доска интерактивная, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-201, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

## Технологии работы со спонсорами

(название дисциплины)

## 6 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-1 Основные принципы спонсорства (Контрольная работа)  
 КМ-2 Технологии привлечения спонсоров (Контрольная работа)  
 КМ-3 Составление спонсорского пакета (Тестирование)  
 КМ-4 Оценка спонсорского проекта (Тестирование)

**Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	16
1	Основные принципы спонсорства					
1.1	Основные принципы спонсорства как основа имиджа современной компании		+			
1.2	Информационные спонсоры		+			
2	Технологии привлечения спонсоров					
2.1	Планирование спонсорского проекта			+		
2.2	Планирование бюджета проекта			+		
3	Составление спонсорского пакета					
3.1	Типы и виды спонсорских пакетов				+	
3.2	Телефонные переговоры с потенциальным спонсором				+	
4	Управление и оценка спонсорского проекта					
4.1	Прагматическая сторона спонсоринговой кампании					+
4.2	Критерии оценки и отбора поддерживаемого проекта					+
Вес КМ, %:			25	25	25	25