

Международные коммуникации в сфере спорта (англ.язык)

Коммуникации наряду с планированием, регулированием, учетом и анализом является одной из функций системы управления любым хозяйствующим субъектом.

При помощи коммуникаций, обеспечивается деятельность компании на внешнем рынке и внутри компании, а также осуществление контроля над деятельностью компании со стороны собственников. В ходе изучения данного курса рассмотрению подлежит внутренний контроль: определение, цели, основные аспекты, виды, ответственные, ответственность за организацию системы внутреннего контроля компании: плюсы и минусы сильной и слабой системы внутреннего контроля, система управления рисками и система внутреннего контроля, Закон Сарбейнса-Оксли, Модель COSO ERM – система управления рисками и Модель COSO IC – система внутреннего контроля.

Современный спорт явление, построенное, в первую очередь, на коммуникациях.

Выстраивание эффективных коммуникаций – ключевая задача спортивного менеджера на любых уровнях его управленческой деятельности.

Совершенное владение коммуникационными компетенциями – залог успеха в профессиональной деятельности в мире спорта.

В рамках дисциплины рассматриваются особенности построения спортивных коммуникаций как в глобальном масштабе, так и на уровне спортивной организации.

Особое внимание уделяется построению системы эффективных коммуникаций на локальном уровне, в первую очередь, путем организации работы дирекции по коммуникациям и пресс-службы.

Современный спорт невозможно себе представить без спортивных СМИ и социальных сетей, соответственно, грамотное построение

взаимодействия с ними, - одна из важнейших задач топ-менеджмента любого спортивного клуба, ассоциации, лиги, федерации и сборной команды.

Значительное внимание в рамках курса уделяется формированию личностных коммуникационных навыков студентов.

Задачами курса являются:

- изучение сущности и роли внутренних и внешних коммуникаций в деятельности спортивной компании;*
- рассмотрение принципов и задач, ограничений и методов внутреннего коммуницирования;*
- изучение основных моделей организации внутреннего контроля при помощи коммуникаций;*
- рассмотрение задач и элементов системы внешних коммуникаций компании в глобальном рынке спортивных услуг.*

Основные разделы курса:

- 1. Современные спортивные коммуникации.*
- 2. Партнерские программы международных организаций в сфере управления коммуникациями.*
- 3. Каналы взаимодействия с потребителями и распределение потребительских потоков.*
- 4. Спортивные СМИ.*
- 5. TV права и охват аудитории трансляцией спортивных мероприятий (соревнований).*
- 6. Социальные сети и современные коммуникационные технологии в спорте.*
- 7. Деловой этикет и протокол в спорте.*
- 8. Развитие коммуникаций в спортивной организации.*
- 9. Имидж спортивной организации.*
- 10. Спортивный PR и GR.*
- 11. Пресс-служба спортивной организации.*

12. *Презентации и публичные мероприятия в спорте.*
13. *Деловые встречи и переговоры в спорте.*
14. *Современный IT-технологии в спорте.*

Основная литература:

1. *Boyle R. Reflections on communication and sport on journalism and digital culture. Communication and Sport, 2013.*
2. *G. Clayton Stoldt, Stephen W. Dittmore, Scott E. Branvold Sport Public Relations: Managing Stakeholder Communication Second Edition.*
3. *Houlihan B. Routledge Handbook of Sports Development. Routledge, 2010.*
4. *Jarvie, G. Sport Culture and Society / G. Jarvie. — London: Routledge, 2006.*
5. *Kennedy E., Hills L. Sport, Media and Society. Bloomsbury, 2017.*
6. *Kirstin Hallmann, Karen Petry Comparative Sport Development: Systems, Participation and Public Policy. Springer-Verlag New York, 2013.*
7. *Maria Hopwood, James Skinner, Paul Kitchin Sport Public Relations and Communication. Routledge, 2010.*
8. *Milne M. The Transformation of Television Sport: New Methods, New Rules / Palgrave Macmillan, 2016.*
9. *Nicholson, M. Sport and the Media: Managing the Nexus / M. Nicholson. — Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2007.*
10. *Paul M. Pedersen. Handbook of Sport Communication. Routledge, 2015.*
11. *Robert S. Brown, Daniel O'Rourke Case Studies In Sport Communication. Praege, 2003.*
12. *Wenner A. L., Billings A.C. Sport, Media and Mega-Events. Routledge, 2017.*
13. *Библиотека ВШЭ : A first look at communication theory/Автор: Griffin E.: McGraw-Hill, 2012. ISBN: 978-0-07-108642-4*

Официальные документы:

- 1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 18.03.2019)
"Об информации, информационных технологиях и о защите информации"*
- 2. Федеральный закон "О персональных данных" от 27.07.2006 N
152-ФЗ (последняя редакция)*