

А

Рекомендовано к изданию экспертно-методическим советом
Социально гуманитарного факультета РУС «ГЦОЛИФК»
Протокол № _____ « ____ » _____ 2023_г.

д-р культурологии Кошелева А. В., канд. философских наук Протасова Н. В. Учебное пособие для бакалавров РУС «ГЦОЛИФК», по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Спортивная реклама и PR». Москва, РУС «ГЦОЛИФК», 2023г.

Рецензенты:

Краткая аннотация учебного пособия:

Авторами представлен всесторонний анализ актуальных проблем, связанных с современным состоянием и перспективами развития спортивной рекламы и PR. На примерах, описанных в параграфах представлены алгоритмы разработки и реализации эффективных PR-технологий в российском спорте, среди которых отметим возросшую коммерциализации, активное внедрение и развитие digital-инструментов используемых для продвижения спортивных проектов. Особое внимание уделяется потенциалу и развитию новых медиа как индустрии коммуникаций, а также смещающиеся векторы интереса к проведению и восприятию спортивных событий.

Редакционная коллегия сохранила авторское видение проблем и оригинальность изложения материала.

Материалы предназначены для специалистов в области спортивной рекламы и связей с общественностью, научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов и всех, кому интересна эта проблематика.

ОГЛАВЛЕНИЕ.

ВВЕДЕНИЕ.	4
1. Новые медиа как средство продвижения спортивных брендов.	9
2. Брендинг в любительском спорте: актуальные задачи и технологии построения бренда любительских хоккейных клубов.	28
3. Рекламные и PR-технологии в продвижении социальных проектов в сфере массового спорта.	61
4. Сторителлинг в рекламных и PR-кампаниях.	87
5. PR в системе продвижения деятельности ледовых сооружений для массового спорта: проблемы, свободные «ниши» для создания уникального спортивного продукта».	98
6. Спортивные мега-события в медийной среде: особенности и закономерности.	119
7. Маркетинг впечатлений как инструмент продвижения спортивного события.	142
8. PR-технологии продвижения конного спорта: традиции и перспективы.	156
8. Event-мероприятия как PR-инструмент продвижения бренда сети фитнес клубов в спортивной индустрии (на примере компаний «World class»).	174
9. PR-обеспечение и развитие спортивного туризма региона Селигер.	234
Словарь терминов	256
Сведения об авторах	277