

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

ФИО: Степанов Максим Сергеевич «Московская государственная академия физической культуры»

Должность: Проректор по образовательной и научно-исследовательской
деятельности

Дата подписания: 02.10.2026 13:54:09

Уникальный программный ключ:

ас103ес627087а9е59е034d124а15f779f2с5а5е

Кафедра Экономики, управления и права

СОГЛАСОВАНО

Начальник Учебно-

методического управления
канд. биол. наук, доцент И.В. Осадченко

«23» июня 2026 г.

УТВЕРЖДЕНО

Проректор по образовательной и научно-
исследовательской деятельности
канд. биол. наук, доцент М.С. Степанов

«23» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Персональный спортивный брендинг»

Шифр Б1.В.06

Направление подготовки
49.03.01 Физическая культура

Профиль Управление в фиджитал спорте и киберспорте

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

СОГЛАСОВАНО

И.о. декана факультета
физической культуры

«17» июня 2026 г.

Программа рассмотрена и
одобрена на заседании кафедры
(протокол № 11,
«29» апреля 2026г.)

Заведующий кафедрой,
Экономики, управления и права
«___» _____ 2026 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 49.03.01 «Физическая культура», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации N 940 от 19 сентября 2017 года (ред. от 08.02.2021) (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 октября 2017 г., регистрационный номер N 48566) с учетом изменений и дополнений, внесенных приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации N 83 от 8 февраля 2021 года «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования - бакалавриат по направлениям подготовки» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 12 марта 2021 г., регистрационный N 62739).

Составитель рабочей программы:

Симанис Ю.Н., старший преподаватель
кафедры экономики, управления и права
ФГБОУ ВО МГАФК

Рецензенты:

Димитров И.Л., канд. экон. наук., доцент,
Заведующая кафедрой экономики, управления и права
ФГБОУ ВО МГАФК
Верстина Н.Г., д-р экон. наук, профессор,
заведующая кафедрой Менеджмента
и инновации ФГБОУ ВО НИУ МГСУ

Ссылки на используемые в разработке РПД дисциплины профессиональные стандарты (в соответствии с ФГОС ВО 49.03.01):

Код ПС	Профессиональный стандарт	Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ	Аббрев. исп. в РПД
07 Административно-управленческая и офисная деятельность			
05.008	Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта	Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 27.04.2023 № 363н	РОФК

1. ИЗУЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ НАПРАВЛЕНО НА ФОРМИРОВАНИЕ СЛЕДУЮЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ:

ПК-6. Способен проводить периодический и текущий контроль функционального состояния занимающихся; осуществлять оценку эффективности тренировочного процесса для различного контингента населения и вносить коррективы в содержание программ занятий физической культурой и спортом.

ПК-7. Способен разрабатывать программы и вести индивидуальные занятия физической культурой и спортом для различного контингента, включающие в себя технологии управления массой тела, рационального питания и регуляции психического состояния.

ПК-10. Способен использовать методы сбора, обработки и анализа информации, необходимой для осуществления профессиональной деятельности, формулировать и представлять обобщения и выводы о достижениях в сфере физической культуры и спорта.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:

	Соотнесенные профессиональные стандарты	Формируемые компетенции
Знания:		
Основ и технологий создания личного бренда спортсмена, тренера, спортивного менеджера или киберспортсмена. Специфики позиционирования в фиджитал-среде.	РОФК 05.008	ПК-10
Инструментов цифрового PR, SMM и репутационного менеджмента в спортивной индустрии. Методов оценки эффективности медиаприсутствия.	РОФК 05.008	ПК-6, ПК-10
Умения:		
Собирать и анализировать информацию о целевой аудитории и конкурентной среде для формирования стратегии личного бренда.	РОФК 05.008	ПК-10
Разрабатывать индивидуальные программы продвижения и имиджевого сопровождения спортсменов с учетом их психофизиологического состояния и медиа-нагрузки.	РОФК 05.008	ПК-6, ПК-7
Навыки и/или опыт деятельности:		
Оценивать эффективность каналов коммуникации и корректировать стратегию личного бренда на основе аналитических данных.	РОФК 05.008	ПК-6
Формулировать и представлять обобщения о достижениях спортсмена для спонсоров, СМИ и фанатской аудитории (создание медиа-китов, портфолио).	РОФК 05.008	ПК-7, ПК-10

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.06).

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается в 6-ом семестре (3 курс).

Виды промежуточной аттестации: 6 семестр – зачет с оценкой.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	6 семестр (4 ЗЕ)
Контактная работа преподавателя с обучающимися	48	48
в т.ч. Лекции (Л)	16	16
в т.ч. Практические занятия (ПЗ)	32	32
Самостоятельная работа студента (СРС)	94	94
Консультации	2	2
Промежуточная аттестация (Контроль)	-	(Зачет с оценкой)
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ	144	144
зачетные единицы	4	4

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН)

№	Тема (раздел)	Содержание раздела
1	Основы личного бренда в спортивной индустрии	Понятие личного бренда. Отличие имиджа, репутации и бренда. Специфика личного бренда спортсмена, тренера, функционера и киберспортсмена. Жизненный цикл личного бренда.
2	Позиционирование и целевая аудитория	Сегментация аудитории спортивного бренда. Архетипы в спорте. Формирование УТП (уникального торгового предложения) спортсмена. Анализ конкурентной среды.
3	Визуальная и вербальная идентичность	Упаковка личного бренда: нейминг, логотип, фирменный стиль, дресс-код. Tone of Voice в социальных сетях и СМИ. Создание медиа-кита и портфолио.
4	Цифровое продвижение (Digital & SMM)	Стратегия ведения социальных сетей спортсмена. Контент-план. Взаимодействие с фанатами (Fan engagement). Личный бренд в фиджитал-пространстве и киберспорте.
5	Монетизация личного бренда	Коммерциализация бренда: спонсорские контракты, рекламные интеграции, мерчандайзинг, создание собственных продуктов и академий. Взаимодействие с агентами.
6	Репутационный менеджмент и антикризисный PR	Управление репутацией. Работа с хейтом и токсичной аудиторией. Алгоритмы действий при кризисах (допинг, этические скандалы, проигрышные серии).
7	Правовые и этические аспекты брендинга	Интеллектуальная собственность спортсмена. Использование образа атлета. Этические кодексы спортивных организаций и их влияние на личный бренд.

5. РАЗДЕЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего час.
1.	Основы личного бренда в спортивной индустрии	2	4	12	18
2.	Позиционирование и целевая аудитория	2	4	12	18
3.	Визуальная и вербальная идентичность	2	6	14	22
4.	Цифровое продвижение (Digital & SMM)	4	6	16	26
5.	Монетизация личного бренда	2	4	12	18
6.	Репутационный менеджмент и антикризисный PR	2	4	14	20
7.	Правовые и этические аспекты брендинга	2	2	12	16
	Консультации			2	2
	Подготовка к зачету с оценкой				
	Итого:	16	32	94	144

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

6.1. Основная литература

№	Наименование	Кол-во экз.
1.	Менеджмент и маркетинг в спорте: учебник / И. В. Солнцев, С. А. Джендубаева, С. Н. Жданкин [и др.]; под редакцией И. В. Солнцева. — Москва: Прометей, 2024. — 546 с. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/153523/details	-
2.	Личный бренд в спорте: учебное пособие / [ФИО автора]. — Москва: Прометей, 2025. — 180 с. — URL: https://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 13.09.2026).	-

6.2. Дополнительная литература

№	Наименование	Кол-во экз.
1.	Федеральный закон "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" (актуальная редакция).	-

7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ». ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ И ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ:

1. Антиплагиат: российская система обнаружения текстовых заимствований <https://antiplagiat.ru/>
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://minobrnauki.gov.ru/>
3. Министерство спорта Российской Федерации <http://www.minsport.gov.ru/>
4. Московская государственная академия физической культуры <https://mgafk.ru/>
5. Образовательная платформа МГАФК (SAKAI) <https://edu.mgafk.ru/portal>
6. Сервис организации видеоконференцсвязи, вебинаров, онлайн-конференций, интерактивные доски МГАФК <https://vks.mgafk.ru/>
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки <https://obrnadzor.gov.ru/>
8. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
9. Электронная библиотечная система ЭЛМАРК (МГАФК) <http://lib.mgafk.ru>
10. Электронно-библиотечная система Elibrary <https://elibrary.ru>
11. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru>
12. Электронно-библиотечная система РУКОНТ <https://lib.rucont.ru>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

8.1 перечень специализированных аудиторий (спортивных сооружений), имеющегося оборудования и инвентаря, компьютерной техники.

Лекции проходят в специальных лекционных залах с хорошей видимостью, акустикой и информационно-коммуникационным оборудованием. Практические занятия проходят в специальных аудиториях, закрепленных за кафедрой Биомеханики и информационных технологий, с использованием учебного информационно-коммуникационного оборудования.

Занятия с использованием ПЭВМ проходят в компьютерных классах с программным обеспечением, отмеченным в разделах 7.3, 7.4, 7.5: ауд. 104 (15), ауд. 225 (16), ауд. 229 (20), ауд. 231 (15).

8.2 программное обеспечение

1) В качестве программного обеспечения используется офисное программное обеспечение с открытым исходным кодом под общественной лицензией GYULGPL Libre Office или лицензионная версия Microsoft Office.

2) Для контроля знаний, обучающихся используется «Программный комплекс для автоматизации процессов контроля текущей успеваемости методом тестирования и для дистанционных технологий в обучении» разработанный ЗАО «РАМЭК-ВС»

8.3 изучение дисциплины инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся. Для данной категории обучающихся обеспечен беспрепятственный доступ в учебные помещения Академии, организованы занятия на 1 этаже главного здания. Созданы следующие специальные условия:

8.3.1. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- обеспечен доступ обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими к зданиям Академии;

- электронный видео увеличитель "ONYX Deskset HD 22 (в полной комплектации);
- портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля и синтезатором речи;
- принтер Брайля;
- портативное устройство для чтения и увеличения.

8.3.2. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- акустическая система Front Row to Go в комплекте (системы свободного звукового поля);
- «ElBrailleW14J G2;
- FM- приёмник ARC с индукционной петлей;
- FM-передатчик AMIGO T31;
- радиокласс (радиомикрофон) «Сонет-PCM» РМ- 2-1 (заушный индуктор и индукционная петля).

8.3.3. для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- автоматизированное рабочее место обучающегося с нарушением ОДА и ДЦП (ауд. №№ 120, 122).

Приложение к рабочей программе дисциплины «Б1.В.06 Персональный спортивный брендинг»

Министерство спорта Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Московская государственная академия физической культуры»

Кафедра Экономики, управления и права

Фонд оценочных средств
по дисциплине
Персональный спортивный брендинг
Направление подготовки
49.03.01 Физическая культура

Профиль Управление в фиджитал спорте и киберспорте

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры
(протокол № 11 от « 29 » апреля 2026 г.)
зав. кафедрой Экономики,
управления и права
_____/И.Л.Димитров/
« » _____ 2026 г.

Малаховка 2026

1. МАТРИЦА ИНДИКАТОРОВ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Формируемые компетенции	Соотнесенные проф. стандарты	ЗУН	Индикаторы достижения (проверяемые действия)
ПК-6	05.008	Знания: Методов оценки эффективности медиа-нагрузки и имиджевого сопровождения спортсменов.	Знает: Как оценивать влияние медиа-среды на функциональное и психическое состояние спортсмена.
ПК-6	05.008	Умения: Вносить коррективы в программу имиджевого продвижения на основе анализа состояния спортсмена.	Умеет: Корректировать контент-стратегию и медиа-план с учетом утомляемости и психофизиологического состояния атлета.
ПК-7	05.008	Навыки: Разрабатывать индивидуальные программы развития личного бренда.	Имеет опыт: Создания индивидуальных программ позиционирования для спортсменов и тренеров с учетом их специфики.
ПК-10	05.008	Знания: Методов сбора и анализа информации о рынке спортивных коммуникаций.	Знает: Как собирать данные о целевой аудитории, конкурентах и трендах спортивного PR.
ПК-10	05.008	Умения: Формулировать выводы о достижениях в сфере спорта для внешних аудиторий.	Умеет: Создавать медиа-киты, портфолио и аналитические справки для спонсоров и партнеров.

2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

2.1. Перечень вопросов для зачета с оценкой (6 семестр)

1. Понятие и структура личного бренда в спорте.
2. Специфика личного бренда в фиджитал-спорте и киберспорте.
3. Методы сегментации целевой аудитории спортивного бренда.
4. Архетипы брендов в спортивной индустрии.
5. Инструменты визуальной и вербальной идентичности спортсмена.
6. Создание медиа-кита и портфолио для привлечения спонсоров.
7. Стратегия SMM для спортивного клуба и личного бренда атлета.
8. Fan engagement: инструменты интеграции бренда с фанатами.
9. Монетизация личного бренда: спонсорство, мерч, собственные продукты.
10. Репутационный менеджмент: алгоритмы антикризисного PR в спорте.
11. Этические и правовые ограничения в продвижении спортсмена.
12. Оценка эффективности личного бренда: KPI и метрики.

2.2. Примеры тестовых заданий

1. Что является ключевым отличием личного бренда киберспортсмена от бренда спортсмена в традиционном виде спорта?
 - а) Отсутствие необходимости в визуальной упаковке

- б) Высокая доля цифрового присутствия и специфика аудитории (стриминговые платформы)
 - в) Запрет на использование социальных сетей
 - г) Отсутствие необходимости в спонсорах
2. Какой инструмент лучше всего подходит для оценки эффективности личного бренда спортсмена перед потенциальным спонсором?
- а) SWOT-анализ команды
 - б) Медиа-кит с аналитикой охвата и вовлеченности (Engagement Rate)
 - в) Протокол соревнований
 - г) Медицинская справка

2.3. Примеры кейсов

КЕЙС № 1. Личный бренд киберспортсмена

Молодой киберспортсмен (18 лет) показывает высокие результаты в дисциплине, но имеет репутацию «токсичного» игрока в стримах. Крупный бренд периферии готов предложить контракт, но служба безопасности компании обеспокоена репутационными рисками.

Задание: Разработайте программу репозиционирования и антикризисного PR для спортсмена. Какие инструменты ПК-6 и ПК-10 вы примените для анализа ситуации и корректировки его имиджа?

КЕЙС № 2. Монетизация бренда фитнес-тренера

Фитнес-тренер с аудиторией 50 тыс. подписчиков в Instagram хочет запустить собственную линейку онлайн-программ (ПК-7).

Задание: Предложите стратегию упаковки и продвижения личного бренда тренера. Как вы будете собирать и анализировать информацию о ЦА (ПК-10) для создания востребованного продукта?

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Критерии оценки при получении зачета с оценкой:

- «отлично» выставляется, если студент демонстрирует глубокое понимание механизмов создания личного бренда, свободно оперирует терминами (SMM, медиа-кит, репозиционирование), успешно решает кейсы с учетом специфики фиджитал-среды и традиционного спорта.
- «хорошо» выставляется, если ответ полный, но допущены 1-2 неточности в анализе целевой аудитории или выборе каналов продвижения.
- «удовлетворительно» выставляется, если студент знает базовые понятия, но не может адаптировать их под специфику спортивной индустрии или киберспорта.
- «неудовлетворительно» выставляется при незнании базовых концепций брендинга и неспособности решить простейший кейс.

Формируемые компетенции	Соотнесенные проф. стандарты	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции	ЗУН	Индикаторы достижения
ПК-6	05.008	С. Управление организацией в области ФКиС	ТФ, связанная с контролем и оценкой эффективности	Умения: Вносить коррективы в программу имиджевого продвижения.	Умеет:Корректировать медиа-план с учетом состояния атлета.
ПК-7	05.008	С. Управление организацией в области ФКиС	ТФ, связанная с разработкой индивидуальных программ	Навыки: Разрабатывать индивидуальные программы развития личного бренда.	Имеет опыт: Создания программ позиционирования для спортсменов.
ПК-10	05.008	С. Управление организацией в области ФКиС	ТФ, связанная с анализом информации и представлением выводов	Знания:Методов сбора и анализа информации о рынке спорт. коммуникаций.	Знает: Как собирать данные о ЦА и создавать медиа-киты.