

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

Факультет «Физическая культура»

Кафедра спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-
оздоровительного туризма

Направление:
Физическая культура

Профиль:
Менеджмент в физической
культуре и спорте
группа 6215М

Сергеев Сергей Вячеславович

**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ КАЗАНСКОГО МАРАФОНА К
ПОЛУЧЕНИЮ УРОВНЯ IAAF**

«Допустить к защите»
Зав. кафедрой «СМРиСОТ»
д.п.н., профессор
_____ Голубева Г.Н.
«__» _____ 2017 г.
Научный руководитель:
д.п.н., профессор
_____ Голубева Г.Н.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ.....	6
1.1. Анализ теории подготовки международных спортивных мероприятий	6
1.2 Изучение методов подготовки ведущих марафонов мира	9
1.3 Анализ проблем привлечения участников на физкультурно - спортивное событие в России.....	16
2 МЕТОДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	21
2.1 Методы исследования.....	21
2.2 Организация исследования Казанского марафона 2016	23
3 РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ	27
3.1 Устранение трудностей привлечения участников на Казанский марафон	27
3.2 Разработка технологии подготовки и проведения Казанского марафона	31
3.3 Практическое применение программы привлечения участников на Казанский марафон	39
ВЫВОДЫ.....	49
ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ	50
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	51

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Актуальность выбранной темы курсовой работы состоит в том, что для подготовки КМ к получения лейбла необходимо проанализировать Казанский марафон 2016, также ознакомиться с крупнейшие зарубежные марафоны. Кроме этого для понимания организации крупнейших спортивных мероприятий в России нужно ознакомиться с программой подготовки Олимпийских игр в Сочи и Универсиады в Казани. После анализа необходимо подчеркнуть те достоинства, которые необходимо применить при организации КМ.

Совершенно очевидно, что одна из основных проблем - привлечение местного населения к бегу. Одна из существенных проблем – низкие зп в регионе, убежденность, что спорт для избранных. Кроме того сложно поднять престиж бега в России по причине его нераспространенности. В этой работе мы рассмотрим

Объект и предмет исследования. Объектом исследования выступает Казанский марафон, а предметом исследования является программа подготовки к получения уровня IAAF.

Цель исследования. Целью курсовой квалификационной работы является разработка программа подготовки Казанского марафона к получения уровня IAAF.

Задачи исследования. Исходя из поставленной цели, определяем следующие задачи, которые необходимо решить по ходу работы:

1. Проанализировать теория подготовки международных спортивных событий и ведущих марафонов мира;
2. Проанализировать программу подготовки Казанского марафона 2016 б и выявить проблемы привлечения участников;
3. Разработать программу подготовки Казанского марафона к получения уровня IAAF

Гипотеза: Мы предположили, что разработка программы развития и подготовки Казанского марафона с целью получения уровня IAAF будет актуальна в случае, если:

будет изучена существующая технология подготовки крупнейших марафонов мира;

Будут проанализированы трудности в привлечении участников на Казанский марафон 2016 и разработаны решения;

Все компоненты программы будут иметь практическое применение в подготовке марафонов и крупных беговых событий международного уровня.

В ходе изучения темы курсовой работы были применены следующие методы исследования:

Анализ литературы по спортивному менеджменту и подготовке спортивно-массовых мероприятий;

Анкетирование участников забегов, бесплатных тренировок;

Интервьюирование директора Казанского марафона и других спортивных менеджеров;

Изучение и обобщение теории подготовки крупных международных спортивных мероприятий ;

Изучение и обобщение маркетинговых программ;

Моделирование;

Формирующий эксперимент.

Практическая значимость. Результаты исследования могут использоваться организациями и креативными группами для подготовки массовых физкультурно-спортивных мероприятий федерального и международного уровня.

В качестве теоретической базы для выполнения данной работы, были использованы источники специальной литературы, материалы печати.

Курсовая работа состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованных источников.

В первом разделе рассматриваются программы подготовки Олимпиады в городе Сочи, Универсиады в Казани 2013 года, а также ведущие марафоны мира: Нью-Йоркский, Бостонский, марафон в Лондоне. Анализируются не только программы подготовки, но организационная структура, работа с местными властями, волонтерами, местным населением и уровень сервиса. Во втором разделе проанализирована программа подготовки Казанского марафона 2016, приведены результаты и общий эффект от проведения спортивного события. С целью определения проблем привлечения участников был проведен SWOT-анализ, где подробно были разобраны внутренние слабые и сильные стороны и внешние возможности и угрозы. При помощи опроса и анкетирования участников, тренирующихся и просто любителей бега были получены мнения и оценки применяемой программе подготовки.

В третьем разделе представлена разработанная программа по подготовке Казанского марафона к получению уровня IAAF.

1 ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

1.1. Анализ теории подготовки международных спортивных мероприятий

Для того, чтобы разрабатывать программу подготовки Казанского марафона к международному уровню, необходимо разобрать программы крупнейших мировых спортивных событий.

Мы будем анализировать ход подготовки Олимпиады в Сочи 2014 и Универсиады 2013 в Казани.

Для подготовки к проведению Олимпийских игр В. В. Путин в 2007 г. обозначил развитие юга России, который стал домом XXII Олимпийских зимних игр, в качестве одного из основных приоритетов социально-экономической политики нашей страны. Ключевой программой для юга России являлась Федеральная целевая программа «Развитие г. Сочи как горноклиматического курорта (2006–2014 гг.)». Ниже представлены основные цели программы:

- развитие инфраструктуры г. Сочи и создание условий для формирования первого в России горноклиматического курорта мирового уровня; обеспечение российских спортсменов тренировочными базами высокого класса для подготовки по зимним видам спорта;

- обеспечение возможности проведения в России международных и

Первая подпрограмма содержала мероприятия по строительству олимпийских спортивных объектов в количестве 35, вторая – строительство и реконструкцию объектов, обеспечивающих их функционирование (183 объекта и мероприятия: 15 объектов, в т. ч. биатлонный комплекс (20 тыс. мест), лыжный комплекс (16 тыс. мест), горнолыжный центр (18 тыс. мест, из них 10 тыс. стоячих мест), санно-бобслейная трасса (11 тыс. мест), большая ледовая арена для хоккея с шайбой (12 тыс. мест), медико-реабилитационный центр центрального стадиона с открытым плавательным бассейном; Олимпийская деревня (2 тыс. мест).

Одним из главных преимуществ проведения Олимпийских игр считали возможности для повышения занятости в регионе.

Структура занятости на время игр в Сочи выглядела следующим образом:

- временная: строительные рабочие, дополнительное гостиничное и транспортное обслуживание, волонтеры;

- постоянная: персонал и руководство гостиниц, ресторанов, технический персонал.

После проведения Олимпиады происходит резкое сокращение численности персонала, меняются его состав и структура. Для решения проблемы необходимо профессиональное обучение после проведения Олимпиады специальностям: спортивные тренеры и инструкторы, гостиничные служащие и рестораторы.

Помимо этого, в рамках выполнения программы и реализации Олимпийских игр, были достигнуты следующие результаты:

- Энергоснабжение и энергогенерация – 36 объектов; ко времени проведения XXII зимних Олимпийских игр и XI Паралимпийских игр 2014 г. общая потребность г. Сочи в электроэнергии составила 800 МВт. В 2005 г. пиковые зимние энергонагрузки на Сочинский энергорайон составили 390 МВт.

- Транспортная инфраструктура – 26 объектов. Всего реконструировано и построено 580 км дорожного полотна. Легкая железная дорога длиной 50 км ежедневно доставляет 15 тыс. пассажиров от берега моря в горы всего за 35 минут. К 2014 г. пропускная способность аэропорта увеличена вдвое. После реконструкции он может принимать 2500 чел. в час.

- Строительство и реконструкция туристических объектов – 29 объектов. Программа предполагала строительство гостиниц категории 3 звезды, 4 звезды, 5 звезд. Таким образом, в Сочи появилось новых с суммарной емкостью 57 тыс. номеров на 130 тыс. мест, что повлекло за собой создание 150–160 тыс. новых рабочих мест.

Данные цифры являются доказательством эффективности разработанной программы. Она позволила не только мобилизовать все возможности и ресурсы региона, но и превратить его в преуспевающий и процветающий регион страны после мероприятия (что так же является немаловажным).

Подготовка к Универсиаде в Казани имела несколько меньшие объемы, но, тем не менее, перевернула жизнь города на 180 градусов.

Подготовка к Универсиаде в Казани велась в соответствии с мастер-планом, утвержденным Международной федерацией студенческого спорта (FISU), а также планом основных мероприятий, утвержденным на заседании Организационного комитета по подготовке и проведению Универсиады. .

Распоряжением Кабинета Министров Республики Татарстан утверждены составы рабочих групп по 15 функциональным направлениям подготовки к Универсиаде 2013. Утвержден Межведомственный план мероприятий по подготовке и проведению XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 года, которым предусмотрено распределение уровней ответственности по 21 направлению деятельности.

В рамках подготовки к Универсиаде на 19 спортивных сооружениях проделаны ремонтно-восстановительные работы. Построена жилая зона - Деревня Универсиады, которая на момент 2017 года служит местом жительства более 10 000 студентов Казани.

Еще на этапе подготовки был проработан вопрос эффективного использования объектов Универсиады и все они сегодня являются действующими.

В рамках развития аэровокзального комплекса международного аэропорта Казань введен в эксплуатацию новый пассажирский терминал 1А. Пропускная способность аэропорта возросла до 2,2 млн пассажиров в год.

Был разработан план размещения гостей и клиентских групп, определена концепция питания на спортивных объектах, меню которого было представлено европейской, национальной — русской и татарской,

азиатской, вегетарианской кухни, а также блюдами, соответствующими стандартам халяль.

Универсиада в Казани стала важнейшим толчком к развитию волонтерского движения. С ноября 2012 года начался отбор кандидатов в волонтеры «Казань 2013» из регионов России. Общее количество кандидатов превысило 46000 человек. За несколько месяцев волонтеры «Казань 2013» приняли участие в V Международных спортивных играх «Дети Азии», Международном саммите «АТЭС-2012», Олимпийских играх – 2012 в Лондоне, в тестовых соревнованиях.

Все эти результаты помогли Казани стать не просто спортивной столицей России, но и получить ту платформу, на которой есть возможность проводить крупные международные соревнования, где Казанский Марафон не исключение.

1.2 Изучение методов подготовки ведущих марафонов мира

Не секрет, что западный спорт давно стал бизнесом, где все идеи и нововведения проходят через планирование, координацию, контроль профессиональных менеджеров. Марафоны – не исключение. На протяжении 70 лет в советские времена участие было бесплатным, конкуренции в спортивных событиях не было, вследствие чего уровень сервиса на соревнованиях был низким.

В настоящее время, когда глобализация проникает во все сферы жизни и бизнеса, российский спорт непременно становится коммерчески интересным, в него пытаются внести зрелищности. Но отечественным спортивным менеджерам не хватает опыта, а также специфика российского спорта делает сложным прямое копирование опыта в Европе и Америке. Нами будет рассмотрено несколько марафонов со следующих позиций:

- удобство регистрации

- организация трассы и в целом уровень организации
- обустройство зон для болельщиков
- удобство преодоления трассы.

1. VIRGIN LONDON MARATHON

Впервые марафон провели в 1981 году по инициативе призёров Олимпийских игр. С 2010 года спонсором стал банк Virgin Money Ричарда Брэнсона, а марафон переименовали в Virgin London Marathon. Кроме классической дистанции, включает маршрут на 3 мили для детей и заезды среди колясочников (на Казанском марафоне 2015 и 2016 года не было заездов среди колясочников, в 2017 году - вводится).

Зарегистрироваться можно на официальном сайте, и участие довольно таки дорогое. Так же на сайте есть список аккредитованных благотворительных организаций – зарегистрировавшись от такой организации можно значительно увеличить шансы на участие.

Трасса в основном проходит по самой красивой части Лондона: Тауэрский мост, северное побережье, набережная Темзы. Дорог в этот день перекрывают много, но недовольства горожане не выражают, наоборот, с уважением относятся к бегунам. Марафон — это одна из вещей, после которых все обожают Лондон. Это настоящее городское событие, на котором практически каждый местный житель был.

Уровень сервиса всегда на высшем уровне. Бегунам всё объясняют в рассылке и на выставке, где бегуны получают свой номер. Мест старта несколько, чтобы в одном месте не скапливалось 40 000 человек. У каждого спортсмена чип на ноге: как только он проходит контрольные ворота, они фиксируют, что спортсмен стартовал, и каждую милю стоят такие же ворота. Таким образом, друзья и знакомые могут по сайту следить за временем прохождения спортсменом трассы.

Отдельно хочется выделить болельщиков: каждый из них поддерживает всех спортсменов так, как будто именно он первый. Организаторы заранее издают карту, где отмечены практически все пабы и

бары на протяжении дистанции. Болельщики приносят для марафонцев конфеты, яблоки, воду. Вокруг много плакатов с надписями типа «Осталась всего 1 миля» или «Думай о пинте». Практически через каждый километр играет какая-нибудь группа, и даже стоит батюшка, который всех святой водой опрыскивает.

На самой трассе прекрасная атмосфера, особенно среди тех, кто не стремится к рекордам. Около трети бегут в костюмах. Так исторически сложилось, что марафон в Лондоне постепенно превратился в фестиваль. После забега в интернете обязательно появляются забавные подборки и неофициальные рейтинги лучших костюмов. Есть персонажи, которые появляются на марафоне каждый год, например верблюд, который бежит за местный водоканал. Что касается технической стороны: трасса Лондонского марафона считается одной из самых ровных и быстрых в мире. Перепад высот на дистанции составляет не более 40 м. Лондонский марафон также известен своей стабильной погодой — в апреле здесь ни холодно, ни жарко, а температура обычно держится в районе +10...+15°C — идеально для марафонской нагрузки.

2. THE ING NEW YORK CITY MARATHON

Самый популярный марафон в мире впервые прошёл в 1970 году по инициативе ассоциации бегунов Нью-Йорка. Забег стартует на южном острове Статен-Айленд и проходит через все районы Нью-Йорка. Из-за того что заявок на участие подаётся слишком много, организаторы проводят лотерею.

Попасть на Нью-Йоркский марафон можно несколькими способами. Ты должен либо собрать средства через какую-то благотворительную организацию, которой выделены места на марафоне, либо выиграть в лотерее. И последний способ — купить «спортивный тур» у агентств, у которых есть договорённости с организаторами нескольких крупных марафонов.

К этому событию готовится, без преувеличения, весь город. Естественно, там всё очень чётко организовано, через каждые несколько километров на трассе есть станции с водой и едой, много медперсонала, конечно же, есть чипы в кроссовках, фотографии, но больше всего поражает отношение к марафону — и властей, и местных жителей. Это основное событие города, там присутствует мэр. Марафон широко освещают в прессе: скажем, *New York Times* на следующий день после забега публикует список всех участников, которые финишировали меньше чем за пять часов.

Все 42 километра плотно облеплены фанатами, которые поддерживают бегунов. Они кричат, свистят, бьют в звенящие палки, пишут на плакатах подбадривающие слова. Причём это не один-два человека, а коридор из людей. Трасса проходит через весь Нью-Йорк, и есть возможность увидеть все мультикультурные слои города. На сайте марафона есть даже целый гид, как себя вести болельщику. Скажем, если вы видите, что человеку совсем хреново, не надо ему кричать: «Ты хорошо выглядишь», так как он сам знает, что выглядит не очень. Лучше сказать: «Осталось совсем немного!»

Участниками марафон а в Нью – Йорке становятся абсолютно разные люди,и кого то можно увидеть в официальной футболке организаций, а у кого-то на спине написано: «Я Лиз, мне 53 года, я только что прошла химиотерапию, это мой первый марафон». Это очень смело. Когда ты финишируешь, ты получаешь медаль. На следующий день полгорода ходят довольные, уже в нормальной одежде, но с медалями на груди. И все прохожие говорят тебе: «О, молодец, ты крут!».

Забег проходит через пять районов Нью-Йорка: Стейтен Айленд, Бруклин, Квинс, Бронкс и Манхэттен, финиш в Центральном парке. Трасса забега холмистая, самой сложной частью считается Квинсборо-бридж — мост между Квинсом и Манхэттеном.

3. MARATHON INTERNATIONAL DE PARIS

Впервые марафон прошёл в 1896 году в честь состоявшихся Олимпийских игр. Современный марафон, который входит в пятёрку крупнейших в мире, вновь возродился только в 1976 году. Дистанция начинается у Триумфальной арки, проходит по исторической части города и пригородам.

Регистрация возможна через интернет, стартовый взнос 150 евро. Участвовать может каждый, кто успел. Парижский марафон входит в пятёрку самых больших в мире: там бегут 40 тысяч человек. Как только максимально допустимое количество желающих бежать набрано, регистрация закрывается. Но это не значит, что у вас уже нет возможности попасть на марафон. Несколько тысяч мест отдаётся благотворительным организациям.

Париж - очень красивый город, и маршрут проложен очень гармонично. Старт на Елисейских полях, затем площадь Бастилии, набережные, Нотр-Дам, Булонский лес. По всей трассе стоят таблички с километражем, машины скорой помощи, пункты питания с водой, фруктами, изюмом и энергетическими напитками. Каждые пять километров встречаются ворота для контроля времени, данные с которых передаются на сервер. Через специальное приложение можно посмотреть промежуточный результат любого участника. Из минусов — не очень удобное расположение старта и финиша. Например, чтобы оставить сумку с вещами, нужно идти на финиш, там переодеться и «практически в голом виде» идти 2,5 км к старту.

Жизнь в Париже в день марафона вертится вокруг забега. Болельщиков очень много. По всей трассе много площадок с музыкантами. Все поют, кричат, полное ощущение праздника. Толпы родственников и болельщиков перемещаются по городу, подбадривая своих подопечных.

Многие спортсмены бегут в костюмах: на трассе можно увидеть клоуна, который всю дистанцию жонглировал (При этом его результат был около четырёх часов).

4. INTERCONTINENTAL ISTANBUL EURASIA MARATHON

Впервые забег из азиатской части Стамбула в европейскую состоялся в 1978 году. Маршрут проходит по высокому мосту, который в обычное время закрыт для пешеходов, и, кроме жёстких дистанций, включает массовый забег Fun Run, в котором в последние годы участвовали около 100 тысяч человек.

Регистрация проходит в интернете. Большинство участников бегут сами за себя. Участие стоит 50 евро, и, как правило, никакого отбора нет.

Отличительными чертами Стамбула являются его географическое положение, уникальная природная красота и великое историческое и культурное наследие, которое стало символом города. Стамбул расположен на полуострове Босфор, с Haliç (Золотой Рог) на северо-западе страны. Это единственный город, расположенный на двух континентах: в европейском и азиатском регионах. В уникальном месте, между Балканами и Анатолией, Черным морем и Средиземным морем, Стамбул, наследник Константинополя, охватывает как западные, так и восточные культуры.

Огромное количество достопримечательностей Стамбула: дворцов, базаров, мостов и фонтанов, которые просто невозможно перечислить в рамках этой публикации, делает участие в марафоне или забеге-спутнике еще более привлекательным. А разнообразие турецкой кухни не даст умереть с голоду после марафона.

По организации сделано всё интуитивно понятно, логично и удобно. Городской марафон — это крупное и престижное событие для любого города. Жители Стамбула относятся к марафонцам с большим уважением.

5. SYDNEY RUNNING FESTIVAL

Официальное название забегов на дистанции от 3,5 до 42 километров — «Сиднейский беговой фестиваль». Впервые прошёл в 2000 году, официальным спонсором всё это время является фармацевтическая компания Blackmores. Основная «фишка» этого старта – необычное место проведения.

Регистрация на официальном сайте открывается за несколько месяцев. Никакого отбора нет, но как только набирается определённое количество

участников, её просто закрывают. Стартовый взнос составляет 180 долларов за марафон или 100 за полумарафон. За несколько дней до забега открывается ярмарка, где можно купить всю необходимую экипировку и спортивное питание. Что касается организации трассы – она проходит через центр Сиднея. Участников несколько десятков тысяч, их делят на группы с разным временем старта, чтобы не было столпотворения. Проходя дистанцию Сиднейского марафона можно увидеть большое количество болельщиков. Помимо этого, вдоль трасы стоят волонтеры - они не только смотрят, всё ли в порядке с участниками, но и мотивируют. Информационное освещение происходит в крупнейших изданиях Австралии.

Sydney Running Festival отличителен тем, что на марафонской дистанции, которую необходимо преодолеть в жару, принимают участие целыми семьями с маленькими детьми – кто на шее, кто с колясками.

Рассмотрение опыта крупнейших мировых марафонов, среди которых как абсолютные гиганты (Нью-Йорк), так и марафоны с меньшей историей и участниками (Сидней), по основным параметрам актуально для дальнейшего анализа российской действительности в сфере марафонского бега. И если по опыту не таких крупных стартов, как в Сиднее и Стамбуле, мы оцениваем стоимость стартовых пакетов, которые порядка 200 долларов (порядка 12 000 рублей). Это дает перспективу развития в направлении повышения стоимости в условиях Казанского марафона, в силу того, что эти марафоны популярны и люди готовы платить такие суммы за участие. Но тут появляется еще один вопрос: а будет ли в условиях России актуально такое повышение? Эти и другие возможные проблемы будут рассмотрены далее.

1.3 Анализ проблем привлечения участников на физкультурно - спортивное событие в России

Анализ проблематики привлечения участников эффективнее всего проводить на примере мероприятий, проводящихся на протяжении нескольких лет и получивших устойчивую оценку жителей разных возрастов.

Для начала проведем анализ проблем привлечения на примере «Кросса нации»:

- Негативное отношение жителей к перекрытию дорог в городе;

центр города часто становится местом официальной церемонии открытия/закрытия или старта крупных спортивных мероприятий. Как правило, это занимает порядка 2-6 часов. Для большинства жителей, не принимающих участия в данном мероприятии или более того даже не знающих о нем этот факт воспринимается весьма негативно. Отчасти, негативный эффект можно снизить большей информированностью граждан о предстоящем событии. Именно фактор неожиданности многократно усиливает отрицательное отношение к мероприятию.

В России массовые спортивные мероприятия чаще всего проводятся в субботу или воскресенье. В большинстве случаев люди не готовы провести свой выходной день в пробке, созданной из-за перекрытия дорог.

- В выходные дни горожане чаще всего выезжают за город;

Корень этой проблемы стоит искать в неэффективной рекламе предстоящего спортивно-массового мероприятия. И вопрос не столько в масштабности рекламной акции, сколько в некачественной проработке имиджа мероприятия в целом. Имидж складывается из того, кто является лицом мероприятия, какая программа ждет, то есть это набор преимуществ мероприятия, которые могут повлиять на выбор того, где провести выходные.

- Обязательное и принудительное участие отпугивает людей и делает спортивное мероприятие малопривлекательным;

С советских времен спортивно-массовые мероприятия всегда сопровождались общеколлективным добровольным участием и более того, это воспринималось как настоящий праздник. Даже для тех, кто не мог принимать участие по физическому состоянию, всегда поддерживали своих коллег, а руководство всегда поощряло.

С тех пор прошло почти полвека, и за это время изменилась не только идеология советских людей и всего советского государства, но и в корне поменялось отношение к подобным событиям. Причины искать в этом можно долго и кропотливо, но результат говорит сам за себя: большая часть участников вынуждены принимать участие не добровольно, а по обязательному поручению руководства.

Естественно, для тех, кто ежегодно становится объектом таких решений, такие массово – спортивные события не просто не нравятся, а становятся объектом ненависти. И подобные чувства передаются коллегам, молодым сотрудникам и детям.

Изменится ли ситуация для мероприятия, чья история только начинается? Давайте непосредственно рассмотрим на примере Казанского Марафона:

- Неготовность платить стартовые взносы;

Корни этой проблемы также уходят в советские времена. В понимании большинства, участие в подобных мероприятиях, не требует дополнительных финансовых вложений. И переубедить в необходимости этого. Ну к примеру, стартовый пакет на дистанции в 3 км стоит 500 рублей. В стартовый пакет входит следующее (себестоимость):

Стартовый номер с чипом: 350 рублей;

Футболка: 750 рублей;

Медаль на финише с гравировкой: 300 рублей;

Магнит: 150 рублей;

Мешок: 450 рублей;

Вода на дистанции и финише: 100 рублей/чел.

Итого, 2100 рублей. Таким образом, становится понятным, что стартовый взнос - лишь $\frac{1}{4}$ от реальной стоимости полных затрат на одного участника. Но донести эту информацию до участников не является компетентным шагом. Поэтому максимальное качество при организации мероприятия, а именно: создание позитивного образа через рекламу, быстрое реагирование на вопросы каждого участника, привлечение «народных любимцев», чье мнение имеет вес при принятии решения, и кто вызывает доверие.

Помимо этого, сами организаторы понимают необходимость большой работы в этом направлении. Поэтому разработана Корпоративная Лига, участники которой могут, во – первых, участвовать своим трудовым коллективом, во – вторых, оплачивать стартовые взносы через свою организацию. Это является одним из мотиваторов для участия в целом для малововлеченных целевых аудиторий.

- Ошибочное мнение;

Заключается оно в следующем: большинство людей, увидев рекламу со словами «Казанский Марафон», представляют себе соревнование профессионалов. И это первое впечатление часто и остается основным. К сожалению, это является достаточно актуальной проблемой. Для изменения этого неверного понимания в восприятии Казанского Марафона необходимо не только популяризировать именно этот старт, а проводить достаточно большую работу по развитию любительского бега в целом по Республике. Изменить это ошибочное мнение получится не только путем большого количества участников, но и привлечением болельщиков, которые увидев на дистанции не профессионалов, а любителей бега, обязательно захотят выйти на старт в следующих забегах.

- Недостаточная информированность о пользе бега;

Да, действительно, помимо того, что для многих существует ошибочное мнение о возможностях участия, не все знают о той пользе, которая будет для них доступна.

Большинство предпочитают занятия в тренажерных залах, считая, что бег даже на 3 или 10 км способны навредить здоровью. При верной постановке техники бега улучшается в целом тонус организма. При беге вырабатываются эндорфины (это научно доказано), а, следовательно, снижается уровень вспыльчивости и агрессивности. Бег положительно влияет на эндокринную и сердечно – сосудистую системы, а также занятия легкой атлетикой позволяют развить силу мышц дыхания, мускулатуры ног, ягодиц и пресса живота. И это лишь небольшая часть плюсов от занятия бегом. Однако, эта информация не доносится до возможной целевой аудитории Казанского Марафона в полной мере не столько по причине нежелания, а сколько по причине сложности в предоставлении этой информации не в формате «школьной программы».

- Негативное отношение жителей к перекрытию дорог в городе;

К сожалению, эта проблема также влияет и на имидж Казанского Марафона. Для жителей города, в котором интенсивная жизнь в ритме работы pop – stop продолжается 24 часа 7 дней. И недоступность проезда в течение даже 2 часов по привычному маршруту, доставляет массу неудобств и вызывает огромную волну недовольств. Именно возмущения подобного характера становятся основой для выстраивания отрицательного отношения к организаторам, и соответственно, негативного мнения к идее самого мероприятия. Организаторы стараются максимально осведомить жителей заранее, предлагая варианты для альтернативного передвижения. Помимо этого, ту часть дистанции, которую уже преодолели спортсмены, открывать вновь для движения. Такая практика в Европе и Америке малоприменима, но для российских реалий это просто необходимость.

- Невысокий доход населения и потенциальных участников;

Действительно, если рассматривать средний заработок по России, то он составляет порядка 30 000 рублей. Давайте, примерно рассчитаем затраты на участие в марафоне, при условии того, что участник иногородний:

* Билет на транспорт – 5000 рублей (самый дешевый вариант в обе стороны);

* Затраты на проживание – 1000 рублей (при наличии партнерского соглашения и скидок для участников);

* Затраты на питание - 1500 рублей;

* Затраты на стартовый слот – 1000 – 2000 рублей;

Таким образом, порядка 10 000 рублей необходимо вложить в двухдневную поездку. Для многих, такие средства являются отложенными для отпуска или других целей. Помимо этого, марафонский бег (именно на длинные дистанции) требует определенный профессиональной экипировки, а это также затраты.

Для студентов, количество которых составляет в Казани почти 200 000 человек, подобные мероприятия также являются достаточно труднодоступными, в силу того, что стипендия не превышает, как правило, 2000 рублей.

Снижать стартовые взносы для некоторых категорий потенциальных, а главное перспективных участников, являются целесообразным. Помимо того, что вводятся промо – коды со скидками, но и проводятся всевозможные конкурсы среди вузов, общественных организаций и объединений, которые стимулируют принимать участие за свои команды.

Исследование проблем привлечения участников в спортивно – массовые мероприятия может строится на исторических предпосылках, а также личного опыта. Но эффективнее будет использовать научно обоснованные методы исследования, которые будут рассмотрены в следующей главе.

2 МЕТОДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1 Методы исследования

В исследовании возможностей Казанского марафона к получению лейбла IAAF можно выделить теоретическую и практическую (или прикладную) методы исследования. Целью теоретических изысканий является накопление, изучение и обобщение опыта мировых практик с целью поиска и заимствования эффективных методик развития. Также анализ профильных источников информации, а именно изданий по организации спортивных массовых мероприятий, книг по маркетингу, менеджменту позволили более детально проработать теоретические вопросы по выбранной тематике.

Целью прикладных исследований является совершенствование общей работы на основе достижений теории менеджмента и возможностей самой организации. Основными видами работ в процессе прикладных исследований являются: сбор и обработка информации, которые включают в себя анкетирование и интервьюирование, а также моделирование и эксперимент.

Анкетирование

Такой метод исследования, как анкетирование позволяет собрать наиболее достоверную информацию от первых источников. Наиболее ценную форму несет в себе проведение анкетирования сразу по окончании мероприятия (ближайшие 2-4 часа). Это позволит «снять» первые эмоциональные оценки и получить так называемое «подкрепление» - мгновенную позитивно или негативную реакцию участника.

Интервьюирование

При проведении интервью появляется возможность получения реального состояния мероприятия, его возможностей и ресурсов от первых лиц. Интервьюирование директора Казанского Марафона позволит оценить не столько экономические показатели, а психологический климат команды – организаторов.

В рамках интервью были рассмотрены следующие вопросы:

1. Основные трудности в вопросе привлечения участников;

Директор выделил следующие аспекты: наличие стартовых взносов; популяризация бега и мероприятия;

2. Пути привлечения участников;

Для начала аудитория была разделена на две категории. Первая – бегуны, для которых участие в подобных стартах не в первой, вторая – местные жители, для которых особый акцент делался на дистанции 3 км.

3. Новшества в программе по привлечению участников;

Разработка системы вовлечения в Казанский марафон участников из-за рубежа (новый сегмент). Работа по привлечению российской целевой аудитории также увеличивается из года в год. Разработка программы популяризации бега в республике.

4. Взаимодействие с бегунами из других стран;

Акцент на работе с агентствами при непосредственном контакте со спортсменами.

5. Шансы для выполнения критериев IAAF;

Соответствие нормам IAAF при условии возвращения Всероссийской федерации легкой атлетики в ее состав, а также снятие запрета для участия профессиональных иностранных бегунов.

6. Качества члена команды;

Нацеленность на общий результат, заинтересованность в достижении общего результата, вовлеченность, ответственность, своевременность, профессионализм, исполнительность.

7. Марафоны, на которые нужно равняться.

Любой зарубежный марафон, так как у них выстроена экономическая модель хорошая, на которую можно равняться. Из российских хотелось бы выделить Московский марафон. Каждый марафон имеет свои мелкие особенности и мы смотрим насколько эти особенности могут быть применимы на нашем марафоне.

Моделирование

В данном случае процесс моделирования используется с целью выяснения мнений к основной идее мероприятия «Казанский Марафон» на создании маркетинговой модели для развития открытых тренировок, по целевым особенностям напрямую соответствующим марафону.

Формирующий эксперимент

Проведение открытых тренировок #НачниБегать является одной из форм данного метода исследования, позволяющего исследовать реакцию объекта по конкретной проблематике (в данном случае по вопросу заинтересованности занятия бегом).

Эти основные методы исследования были применены в рамках подготовки работы.

2.2 Организация исследования Казанского марафона 2016

Исследование было проведено в марте 2017 года. Были задействованы информационные, кадровые, административные и временные ресурсы, проведено два рабочих совещания с директором и командой Казанского марафона.

Нами было проведено исследование Казанского марафона для выяснения причин трудностей по различным направлениям, а также возможностей.

Проблема привлечения участников на Казанский марафон.

Одна из самых главных трудностей, которая возникла при привлечении участников - это наличие стартовых взносов. То есть человек должен заплатить стартовый взнос, чтобы участвовать в мероприятии. И если в Америке и Европе это воспринимается обществом без осуждения, то в России - наоборот. Люди не готовы платить стартовый взнос. Большое влияние на такое отношение со стороны потенциальных участников

накладывает отпечаток советского прошлого. Не бегая раньше на крупных спортивных беговых событиях, люди не понимают какой эмоциональный эффект можно получить, приняв участие в беговом событии.

Как привлекались участники.

Участники привлекались по двум направлениям:

- существующая беговая аудитория в России. Это те люди, которые знают что такое марафоны, участвовали на других марафонах в России. В данный момент в России беговая аудитория растет, поэтому целесообразно было вовлекать их на Казанский марафон за счет красоты города, за счет хороших маршрутов качественной организации и т.д.

- Местное население. Вовлечь местную аудиторию в бег довольно сложно, особенно на длинные дистанции, поэтому был организован забег-спутник на три километра, на которой практически 90 процентов участников - была местная аудитория.

Доля приезжих на Казанском марафоне

Распределение участников примерно такое: 50% местных, 50% иногородних. Стоит отметить, что иногородние в основном были участниками длинных дистанций, а местные - коротких.

Отличие программы привлечения участников от Казанского марафона 2015 года.

Была принята комплексная программа популяризации бега в Республике Татарстан по привлечению участников на Казанский марафон-2017. Нововведением является вовлечение участников из-за рубежа. За рубежом беговое сообщество намного больше, у них много беговых событий с высоким уровнем сервиса и вовлечь аудиторию и привезти в Казань довольно сложно. Тем не менее, оргкомитет принял решение начать работу в этом направлении. Работа заключается в участии на Экспо - выставках зарубежных марафонов, написание статей на зарубежных сайтах, баннеры на зарубежных сайтах с беговой тематикой – все это является эффективным способ распространения информации о Казанском марафоне. Программа

включает в себя также работу с российской беговой аудиторией, которая тоже растет из года в год. Примерный прирост ежегодно составляет 50%.

В программу включены следующие направления:

- участие на Экспо - выставках наиболее крупных российских марафонов;
- реклама Казанского марафона на беговых сайтах, социальных сетях и т.д.;
- популяризации бега в Республике Татарстан;

При проведении марафона в Татарстане, необходимо наиболее пристальное внимание уделять любителям бега именно из этого региона. Эта программа называется «#начнибегать» и ее основная задача убедить местное население в том, что бег это модно, это интересно и полезно. В ее состав включены: наружная реклама, реклама в интернете, СМИ, а также бесплатные тренировки, куда каждый может прийти и потренироваться с тренером.

Взаимодействие с любителями бега из других стран

Оргкомитет стремится к тому, чтобы работать с международными спортсменами через спортивные агентства. В каждой стране есть спортивное агентство, задачей которого будет формирование команды для участия в Казанском марафоне. Кроме спортивных агентств, есть самостоятельные участники, с которыми работу необходимо организовывать через беговые журналы, рекламу, участие в Экспо - выставках крупнейших марафонов.

Шансы получения лейбла IAAF. Работа по подготовке Казанского марафона к получению лейбла.

Критерии, которые выставляет IAAF для получения золотого, серебряного и бронзового лейбла, прописаны в официальных источниках и связаны с безопасностью, с приглашением элитных спортсменов высокого уровня, с трансляцией и в целом с качественной организацией или уровнем сервиса.

Сегодня проблема заключается еще в том, что Всероссийская федерация легкой атлетики исключена из членов ИААФ и поэтому все события, проводящиеся на территории России не под эгидой ИААФ, не могут получить лейбл. Для того, чтобы Казанскому марафону претендовать на получение лейбла, федерация должна вернуть членство.

В 2017 Казанский марафон не может рассчитывать даже на бронзовый, потому что одно из условий получения лейбла - это приглашение профессиональных спортсменов из разных стран. Россия в данный момент не имеет права приглашать элитных спортсменов из других стран.

Оргкомитет Казанского марафона.

На постоянной основе работает 7 человек, остальные частично занятые. На время самих забегов привлекается временный персонал. Критерии, которые, являются решающими при отборе членов команды:

- нацеленность на общий результат, (то есть у каждого должно быть не только ответственность за свою зону, но и в целом заинтересованность в достижении общего результата – качественного проведения мероприятия, увеличения количества людей, масштабов и т.д.).

- вовлеченность;
- ответственность;
- своевременность;
- профессионализм;
- исполнительность.

Выводами данного исследования являются:

- Казанский марафон имеет большой потенциал войти в тройку крупнейших марафонов России;
- директор старается привлекать в команду не столько компетентных в своем деле профессионалов, сколько вовлеченных в одно общее дело;
- ведется огромная работа по привлечению местных любителей бега, российских и зарубежных бегунов;
- выполняется программа по привлечению местного населения в бег.

3 Результаты исследования и их обсуждение

3.1 Устранение трудностей привлечения участников на Казанский марафон

Проведение в Казани 15 мая 2015 года Казанского марафона собрало большое количество негативных отзывов, в основе которых лежали недочеты по некоторым вопросам организации, которые были допущены организаторами. Эти «претензии» основывались на сравнении с опытом крупнейших российских стартов – Московский марафон, «бег по золотому кольцу», «Белые ночи» и многие другие. Однако эти вопросы были у «профессионалов – любителей», которые бегают за сезон 10-12 стартов. Тем не менее, в этот же день главой республики было дано распоряжение собрать на следующий год в 2 раза больше участников на старте, то есть 20 000 человек. На первый взгляд цель невыполнима, так как если сравнивать Россию, в том числе и Татарстан, и западные страны, статистика дает понять, что соотношение бегающих, занимающихся спортом в России в десятки раз ниже. И причина тому уходит в историю этого вида спорта.

Марафонское движение в Татарстане зародилось совсем недавно: в 1974 году любители бега собрались на набережной реки Волги, чтобы отметить пятидесятилетие первого председателя КЛБ «Аргамак» Измаила Кулахметова, пробежав 50 километров.

С той поры прошло еще 6 ежегодных забегов от 1 до 50 километров. Соревнования не носили массовый характер, так как проводились в конце октября и было довольно холодно. В лучшем случае на старте собиралось 50-60 человек. Пробег незаметно погибал.

Истинным годом рождения Казанского марафона является 1981 год. С этого года его дистанция стала классической – 42 километра 195 метров, а днем проведения определен 7 октября – День конституции. Да и популярность росла с каждым годом, например на старт в 1990 году вышли представители 27 городов бывшего СССР.

Вот, что рассказывает об истории Казанского марафона один из его основателей Павел Морев.

«...В последнее воскресенье октября 1980 года на набережной реки Волги, по сложившейся традиции, мы проводили свой пробег среди любителей бега на дистанции от 1 до 50 километров. Было пасмурно и холодно. Организаторы пробега и немногочисленная судейская коллегия основательно продрогли. Пробег уже близился к концу, когда к месту финиша подошли тогдашний заведующий отделом физической культурой и спорта Татоблсовпрофа Шафиль Хасанович Галеев и председатель Облсовета ДСО «Спартак» Фарэль Гумерович Гильмутдинов. Посмотрев, в каких условиях мы проводим свой пробег, Ш.Х. Галеев, обращаясь к председателю КЛБ «Аргмак» и ко мне, спросил: «Разве нельзя создать любителям бега более сносные условия для соревнований?». Мы ответили, можно, если пробегу поможет влиятельный шеф. Слова «Спонсор» тогда еще в нашем лексиконе не было. Шамиль Хасанович, немного подумав, сказал: «Вы не будете возражать, если отдел физической культуры и спорта совета профсоюзов и областной совет ДСО «Спартак» на следующий год станут шефами вашего пробега?» Разве мы могли возразить такому предложению! Правда были опасения, что пробег из чистого любительского может превратиться в спортивный и бегуны-профессионалы «задавят» любителей оздоровительного бега. Но такого, к счастью, не произошло, да и слова наших шефов не разошлись с делом: в 1981 году финансирование пробега взял на себя областной совет профсоюзов, а организацию самих соревнований – областной совет ДСО «Спартак». Чуть позже определилась и дата соревнования 7 октября – День Конституции.

В 1992 году абсолютным победителям среди мужчин и женщин на дистанции 20 километров вручались денежные призы, а на 42,2 километра среди мужчин с первого по десятое место. Памятными призами награждались самый молодой и старейший участники на марафонской дистанции среди мужчин и женщин отдельно, а также семья, набравшая

наибольшее количество километров при наименьшем времени на один километр пробега. На каждой дистанции было шесть возрастных групп, среди мужчин и женщин отдельно. После создания независимой Республики уже в составе Российской Федерации, финансирование прекратилось и марафоны 2000 – х годов стали с невероятной скоростью катиться в никуда. За это время целевая аудитория стала старше и по некоторым причинам (состояние здоровья в большей степени) это не позволяет принимать участие в подобных стартах. А нынешние возможные участники не обладают должным интересом.

Таким образом, основная проблема современного марафонского бега на территории Республики Татарстан формировалась в течение нескольких десятилетий, а сейчас проявляется в малой заинтересованности и неинформированности жителей республики.

В 2016 году данная проблема обнаружилась по итогам анализа количественных и качественных показателей среди участников. Общий количественный показатель отображает большую заинтересованность иногородних участников (рис. 1).

Участники Казанского Марафона 2016

- Количество иногородних участников
- Количество участников Республики Татарстан

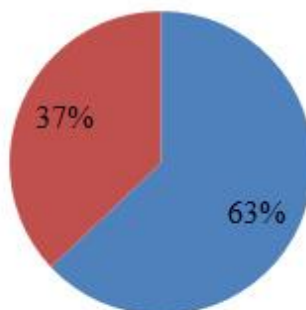


Рис. 1. Соотношение количества участников из Республики Татарстан

Таким образом, эти общие данные отражают эффективность методов привлечения (будут рассмотрены подробнее далее) для иногородних и иностранных любителей бега.

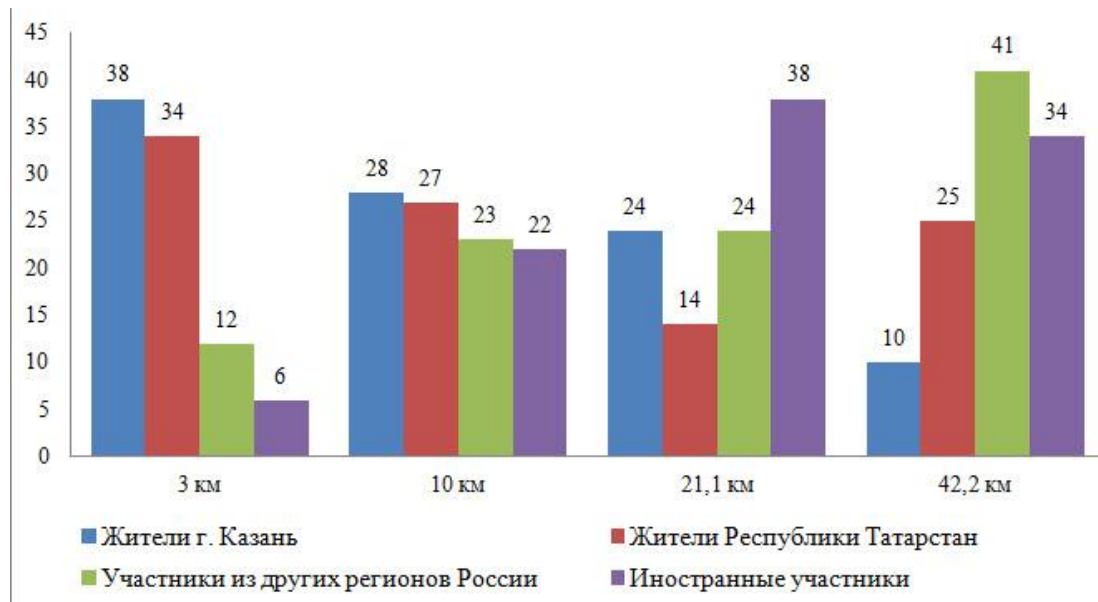


Рис. 2. Качественный состав на каждой из представленных дистанций

Для более детального изучения проблемы малого количества участников с Республики Татарстан был проанализирован качественный состав на каждой из представленных дистанций (рис. 2.).

Дистанция 3 км более чем 70% была занята бегунами с Казани и Республики Татарстан. Это объяснимо несколькими причинами:

Во – первых, участие на короткой дистанции не является мотивацией для переезда на длинные расстояния.

Во – вторых, такая дистанция не требует длительной подготовки спортсмена и для того, чтобы ее преодолеть необходимо пару тренировок.

Однако статистика на дистанции в 10 км дает неожиданные результаты: средний процент от участников со всех регионов Татарстана, России и зарубежных стран составляет 25%, то есть каждый четвертый из представленных категорий по географическому признаку бежал на эту

дистанцию. Такой выбор объясним тем, что 10 км – промежуточный этап между короткими, практически спринтерскими дистанциями в марафонском беге на 3 км и полумарафоном.

Такой результат дает оценку в большей мере ситуации в Татарстане: благодаря открытию беговых коммерческих школ появилась возможность обучаться правильному бегу и целенаправленно готовиться к стартам. Однако достаточно высокая стоимость и малая информированность населения затормаживает этот процесс.

Дистанции 21,1 км и 42, 2 км отражают интересную прямолинейную зависимость между участниками из Татарстана и из Казани. На полумарафонской дистанции любители бега из Казани более активны, тогда, когда на марафонской дистанции спортсмены со всей республики более подготовлены и готовы бежать. Тем не менее, и на полумарафоне и на марафоне малое количественное присутствие татарстанских бегунов.

И устранение тех или иных трудностей по привлечению спортсменов на все дистанции связаны с более детальной проработкой основных организационных моментов, которые будут рассмотрены в последующих главах.

3.2 Разработка технологии подготовки и проведения Казанского марафона

Перед началом разработки, какой - либо программы, необходимо поставить основную количественную цель. В случае Казанского Марафона необходимо набрать 20 000 участников: 9 500 человек – участники из Татарстана, из которых 5 000 человек – жители Казани; 10 500 человек – спортсмены из других субъектов РФ и иностранных государств.

Классификация по количественному признаку

	Казань	Татарстан	Иногородние
3 км	2 500	2 000	500
10 км	1 300	1 100	2 800
21,1 км	1 800	1 000	4 000
42,2 км	400	400	3 200

Распределение на каждую из дистанций происходило с учетом изучения основных тенденций, среди которых:

- 1) Малая заинтересованность жителей Республики Татарстан (в т.ч. г. Казань) в беге;
- 2) Малое количество беговых клубов на территории Республики;
- 3) Нерациональность участия иногородних спортсменов на короткой дистанции;
- 4) Предоставление для марафонцев необходимых комфортных условий для участия в забеге;
- 5) Опыт прошлогодних марафонов;
- 6) Туристическая привлекательность места проведения;

На основе указанных тенденций был определен контингент участников с учетом дистанций и географических особенностей.

Была разработана подробная карта участников из Казани на дистанции 3 км могут:

- Участники, желающие выполнить нормы ГТО (мужчины – 3 километра, женщины – 2 километра);
- Студенты;

Обычно студенты ограничены в бюджете, поэтому для этой категории необходимо разработать особые условия для участия. Одним из таких может стать: оплата ВУЗом 50% стоимости стартового взноса отличникам, спортсменам, выступающим за ВУЗ, студентам, занятым общественной деятельностью.

Для дополнительной мотивации к участию необходимо организовать соревнования между средними специальными и высшими учебными заведениями г. Казани за звание самого спортивного учебного заведения.

- «Общественники»;

В большинстве своем это активные студенты, которые кроме учебы успевают еще участвовать в организации различных социальных акций, мероприятий на общественных началах. Для них важно быть в центре крупного молодежного события.

Дополнительной мотивацией может стать выдача талонов на питание после финиша при условии наличия корпоративных знаков отличия, диплом участника, розыгрыш в социальных сетях профессиональной спортивной экипировки. Эта категория потенциальных участников может являться одним из каналов привлечения внимания к мероприятию.

- Жители г. Казани, занимающиеся спортом на спортивных объектах;

Особенностью этой категорией является определенная физическая подготовленность. В связи с этим в рекламной компании необходимо делать акцент на прямом призыве проверить свои силы. Инструментами могут стать: баннеры в залах и холлах, в раздевалках, на внутренних медиа-фасадах с мотивирующими слоганами.

- Работники предприятий и организаций;

Для данной категории организована Корпоративная лига, целью которой является создание условий для корпоративного (совместного) участия команд предприятий и организаций в спортивных массовых мероприятиях. Соревнование будет проходить в трех дивизионах, в зависимости от количества сотрудников, работающих в организации (филиале). По итогам сезона будут определены лучшие команды в каждом из дивизионов. Акцент делается на командообразовании (Team building), а также это в некоторой степени реклама команды-участницы. Оплата стартового взноса работодателем является дополнительной мотивацией к участию.

- Учащиеся детско-юношеских спортивных школ;

В основном это дети, занимающиеся беговыми видами спорта, легкой атлетикой, лыжами. Освещение спортивного события для этой категории в основном будет происходить путем рассылки писем от Министерства по делам молодежи и спорту РТ. Также необходимо размещение промо-материалов в помещениях спортивных школ (холл, раздевалки, информационные стенды, спортивные залы, медиа-фасады и т.д.).

- Семьи;

Так как в 2017 году все забеги на короткие дистанции будут позиционироваться как семейные, участниками которых могут стать родители с детьми любого возраста, информирование целевой аудитории будет проходить через:

*Союзы родителей, педагогов и детей

*Школы (афиши на информационных стендах)

*Торгово-развлекательные центры (организация и проведение социальных и промо-акций)

*Крупные общегородские мероприятия (Президентская ёлка, Новый Год, День Республики и т.д.)

- Представители Диаспор;

В Казани находятся Грузинская Диаспора, Казачьи войска, Киргизская диаспора, Украинская диаспора, Таджикская диаспора, Узбекская община, Казахская община и многие другие. В рамках Казанского марафона данная категория сможет представить свою культуру на дистанции через национальные костюмы, флаги и другие элементы национального быта.

- Представители спортивных профессиональных клубов (Ак Барс, Rubin, Zenit).

По этому направлению будет вестись следующая работа:

*Привлечение профессиональных спортсменов в качестве послов Казанского марафона;

*Приглашение всего персонала клуба к участию в Корпоративной лиге;

*Участие игроков профессиональных клубов в популяризации спортивного мероприятия путем демонстрации во время игр презентационных материалов (к примеру, полотно с надписью «Welcome to Kazan Marathon!»).

- Фан-клубы;

Представители фан – клубов смогут быть смотивированы следующим:

*Состязание фан-клубов профессиональных спортивных команд;

*Состязание фан – клубов музыкальных артистов;

*Привлечение фан-клубов к участию в Корпоративной лиге;

*Привлечение фан-клубов к команде болельщиков (в рамках Казанского марафона ведется планомерная и системная работа по привлечению болельщиков по всему маршруту забега).

Подробное изучение клиентских групп позволило разработать программу популяризации бега в Республике Татарстан.

Ни одна мода не приходит сама по себе. Как правило, за любой модой стоит кропотливый труд многих людей. Поэтому для того, чтобы в большей степени популяризировать любительский бег в Республике Татарстан и вовлечь в его занятия больше жителей была разработана специальная программа «#Начнибегать», которую поддержал президент Республики Татарстан Рустам Нургалиевич Минниханов.

Комплексная программа включает в себя многие аспекты популяризации, а именно:

- Проведение промо-акций и мастер-классов с известными спортсменами и тренерами, где каждый сможет получить необходимую начальную информацию о технике бега, тренировках, питании;

- Публикации в СМИ статей и материалов о пользе бега и непередаваемых эмоциях от участия в забегах по всему миру;

- Наружная реклама в городах Республики Татарстан позволит охватить наибольшее количество людей, а также проинформировать их о программе «Начни бегать»;

- Активность в социальных сетях и Интернете является на сегодняшний день одним из самых эффективных методов продвижения и популяризации той или иной темы;

- Специальные проекты для узких аудиторий, такие как «Пробежка со звездой» и «Начни бегать с Бизнес Онлайн».

Так как направлений работы достаточно большое количество, для удобства, а главное эффективности разработанной технологии была использована Диаграмма Ганта (таблица 2).

Таблица 2

Диаграмма Ганта PR-компании Казанского марафона

Задача	ответственный	Календарь (декабрь-май)
НАПОЛНЯЕМОСТЬ САЙТА #НАЧНИ БЕГАТЬ		
- поиск тематических статей		
- копирайтинг и публикация		
ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ БЕГА В РТ		
- создание рекламных видеороликов		
- распространение роликов в СМИ РФ		
- распространение роликов за рубежом		
ОТКРЫТЫЕ ТРЕНИРОВКИ		
- поиск тренеров в городах		
- поиск координаторов в городах		
- поиск звезды для пробежки		
- популяризация в социальных сетях		
- запуск календаря		
- публикации в СМИ, репост на сайт		

ПОИСК ИНФОРМАЦИОННЫХ ПАРТНЕРОВ		
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА		
- дизайн баннеров (мотивация)		
- дизайн баннеров (афиш)		
- монтаж баннеров (мотивация)		
- монтаж баннеров (афиш)		
- афиши в фитнес-центрах		
- медиа-фасад		
- договоренность с Исполкомом по буквам		
- монтаж букв «КМ»		
- афиши в автобусах, трамваях, троллейбусах, метро		
- реклама ЖД; аэропорт (афиши + баннеры)		
Согласовать с РЖД и аэропортом		
- дизайн и согласование арки		
- таледо по маршруту		
- дизайн и согласование скроллеров		
- крышные установки баннеров		
- трейлер КМ в кинотеатрах		
РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ		
- баннеры и статьи про бег, 42,2 км, RM, марафон		
- баннеры на зарубежные сайты		
- беговые календари		
- таргетинг		
- СМИ		
РЕКЛАМА В СМИ (КАЗАНЬ)		

Продолжение таблицы 2

- радио		
- TV		
- газеты		
- онлайн издания		
ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМО-АКЦИЙ		
ПОСЛЫ		
КОРПОРАТИВНАЯ ЛИГА		
- рассылка презентаций и положений		
- презентации		
ПЛАКАТЫ ПО ШКОЛАМ БЕГА		
- продумать механику		
- разработать дизайн		
- разослать по беговым школам		
- провести конкурс по фото		

Подробное временное разделение каждого направления работы позволяет увеличить плодотворность работы и охватить большее количество потенциальных участников. Именно такая «теоретическая» подготовка позволит на практике использовать все наработанные планы, которые подробнее рассматриваются в следующей главе.

3.3 Практическое применение программы привлечения участников на Казанский марафон

В ноябре 2016 года оргкомитетом Казанского марафона была разработана программа привлечения участников.

Программа включает в себя следующие модули:

- наружная реклама
- открытые тренировки
- социальные сети
- амбассадоры
- послы
- коммерческие партнеры
- информационные партнеры

С целью оптимизации контроля всех модулей программы привлечения был проведен анализ организационной структуры и внесены изменения.

Все модули программы являются самостоятельными направлениями работы, которые можно подвергнуть анализу.

Наружная реклама

Была составлена Диаграмма Ганта:

Таблица 3

Диаграмма Ганта по наружной рекламе

Задачи	Тайминг выполнения задачи
Наружная реклама	
Билборды 6*3 (мотивационные фразы)	20 января – 8 марта 2017
Билборды 10*30	1 апреля – 21 мая 2017
Афиши в фитнес - центрах (мотивация перед беговыми дорожками)	25 января – 15 мая 2017
Медиа фасад Казань Арены, фасад Бизнес-центра у ТРК Тандем, Дом около Корстона , Мега, торговые центры	1 апреля – 21 мая 2017
Установка объемных букв Казанский марафон	11 марта – 21 мая 2017

Продолжение таблицы 3

Реклама в автобусах, троллейбусах, трамваях (афиши)	10 апреля – 21 мая 2017
Реклама в метро (афиши)	1 апреля – 21 мая 2017
Реклама в метро (телевизор)	1 мая – 21 мая 2017
Реклама в метро на стенах - билборды	10 марта – 21 мая 2017
Арка за 100 дней	8 февраля – 21 мая 2017
Таледо по маршруту (надпись: Казанский марафон 2017)	11 апреля – 21 мая 2017
Толедо Реклама	20 января – 21 мая 2017
Скроллеры (Петербургская, Пушкина, Парк Горького)	20 января – 21 мая 2017
Граффити	
Крышные установки - баннер (дом у Корстона, дом у Проспекта Победы)	1 марта – 21 мая 2017
Афиши/баннеры на жд вокзале (казань - 1. казань-2)	1 марта – 21 мая 2017
Афиши/баннеры в аэропорту	1 марта – 21 мая 2017
Трейлер Марафона в кинотеатре	23 февраля – 21 мая 2017

Были проанализированы несколько наиболее оптимальных по объему и скоплению потенциальной аудитории способов наружной рекламы. Это все виды рекламы в метро, баннеры и экраны в городе. На этапе планирования учитывались все аспекты: плотность потока людей, видимость конструкции и стоимость аренды рекламного места.

Был монтирован баннер размером 10 м х 30 м на высотном жилом доме по улице Вишневого. Мы применили метод наблюдения и высчитали поток автотранспорта. В минуту мимо баннера проезжает в среднем около 100 автомобилей. В час – 6 000 машин. В среднем, кроме водителя количество пассажиров составляет 1-2 человека. В час баннер могут видеть более 12 000 человек, не считая пассажиров общественного транспорта и пешеходного потока.

Целевая аудитория составляет более 60%. Эту цифру мы получили путем проведения опроса случайных прохожих на улице Баумана.



Рис. 3. Опрос: «Вы знаете о Казанском марафоне»

Таким образом, за весь период аренды места для баннера о Казанском марафоне теоретически могло узнать 612 000 человек (количество просмотров).

Помимо этого, был рассмотрен вариант размещения рекламы на медиа – фасаде. Было проанализировано несколько медиа-фасадов: На ул. Чуйкова, на ул. Декабристов и на ул. Ершова.

Самым проходимым местом оказалось на улице Ершова. Видеоролик длительностью 20 секунд транслируются через каждые 40 секунд. В час - 90 показов, в день - 2 160 показов. В час мимо медиа-фасада проезжает в среднем 4 000 автомобилей или 8 000 пассажиров, около 150 пешеходов и

около 130 человек на остановке. За 12 часов рекламу могут увидеть: 33 120 человек. За 50 дней теоретически рекламу может увидеть 1 656 000 человек (количество просмотров).

Еще одним эффективным способом популяризации и привлечения к мероприятию методом было выбрано размещение стелы в ЦПКиО им. Горького

Мы проанализировали проходимость в парке: в час с 9:00 до 21:00 проходит мимо стелы около 200 человек. В это же время мимо нее пробегает порядка 10 человек. За период с 24 апреля по 20 мая в данный отрезок времени может увидеть 65 520 человек.

Открытые тренировки:

Кол-во людей на первой тренировке 10 декабря 2016 года в 4 городах составило:

Таблица 4

Количество участников на первой тренировке

Город	Казань	Н.Челны	Альметье вск	Нижека мск
Кол-во участников	15	13	12	5

Таблица 5

Количество участников на тренировке 22 и 23 мая 2017 года

Город	Казань	Н.Челны	Альметье вск	Нижека мск
Кол-во участников	31	21	19	28

Прирост тренирующихся в городах составил:

Казань – 206%

Н.Челны – 161%

Альметьевск – 158%

Нижнекамск – 560%

Все, кто тренируется - на 91% потенциальные участники как минимум 2 забегов из всей серии. Результат взят из опроса участников бесплатных тренировок.

Таблица 6

Опрос участников бесплатных тренировок

Город	Будут участвовать во всех стартах (%)	Будут участвовать минимум в 2-х забегах (%)	Будут участвовать в забеге в своем городе (%)
Казань	4	87	9
Н. Челны	0	96	4
Альметьевск	0	92	8
Нижнекамск	5	90	5

Тренировка длится 1-1,5 часа. За это время группу бегающих спортсменов видит в среднем от 100 до 500 человек. Как показывает опыт, в среднем 1-3 человека интересуются, что это за тренировки.

Проведение бесплатных тренировок не только способствует привлечению населения Республики Татарстан к бегу, но и позволяет решить ряд сопутствующих задач, таких как: пропаганда здорового образа жизни, обеспечение бесплатной квалифицированной физической подготовки, прививание полезных привычек и т.д.

Благодаря проведению такого рода мероприятий в Татарстане ожидаемый прирост бегающей аудитории будет равен примерно 19-23% в год.

Таким образом, проведение регулярных тренировок с прописанной программой и индивидуальным подходом к каждому тренирующемуся в синтезе с профессионализмом и нацеленностью на результат тренера будет способствовать увеличению количества любителей бега, а это в свою очередь

отражается на количестве участников на беговых мероприятиях в Республике Татарстан.

На основе сделанных выводов, считаем целесообразным проведение открытых бесплатных тренировок, рассчитанных на привлечение людей, не занимающихся спортом, к бегу и участию в беговых событиях в качестве основного метода программы популяризации бега. Эффективными инструментами данных мероприятий являются информирование в социальных сетях и сообществах в городах Республики Татарстан о проведении тренировок, а также привлечение медиа-лиц на открытые тренировки.

Посольская программа

Практика крупных международных спортивных событий показала эффективность привлечения послов (как правило, медийные – лица), как к самому мероприятию, так и к его идеям и основным принципам.

Посольская программа Казанского Марафона включает в себя приглашение не только известных медиа – лиц (певцы, актеры), но и профессиональных спортсменов. Именно в 2017 году особое внимание было уделено привлечению профессиональных спортсменов к участию в Казанском марафоне.

В рамках посольской программы используются следующие инструменты:

- привлечение потенциальных участников через социальные сети посла;
- участие посла в промо – ролике;
- непосредственное участие в событие;

Для более эффективной оценки данного способа, как правило, присваиваются индивидуальные промо – коды для каждого посла. Именно по ним мы можем отследить количество регистраций и эффективность в целом.

Амбассадоры.

Таблица 7

Эффективность работы амбассадоров

Амбассадор	период	Кол-во человек
Элеонора	15 января 2017 – 4 мая 2017	32
Алёна	15 января 2017 – 4 мая 2017	20
Павел	15 января 2017 – 4 мая 2017	37
Динар	15 января 2017 – 4 мая 2017	15
Ольга	15 января 2017 – 4 мая 2017	187
Виталий	15 января 2017 – 4 мая 2017	16
Эльдар	15 января 2017 – 4 мая 2017	8
Сергей	15 января 2017 – 4 мая 2017	15
Артём	15 января 2017 – 4 мая 2017	5
Антон	15 января 2017 – 4 мая 2017	6
Талгат	15 января 2017 – 4 мая 2017	0
Альбина	15 января 2017 – 4 мая 2017	0
Ильмира	15 января 2017 – 4 мая 2017	18

Система амбассадоров была внедрена еще в 2016 году. Если более подробно говорить о терминологии, то амбассадор – это человек, который продвигает какой – либо бренд (в нашем случае - бренд Казанского Марафона).

В этом году были внесены изменения в систему мотивации. Отчасти этот шаг призван увеличить количество желающих вступить в команду амбассадоров Казанского марафона. Система включает в себя бесплатное участие, получение экипировки, а также амбассадор, привлечший большее количество людей, получает возможность участия в любом марафоне мира (именно это, по опросу среди амбассадоров Казанского марафона, является одной из главных мотиваций).

Чтобы стать амбассадором необходимо иметь в подписчиках не менее 1500 человек, продвигать бренд Казанского марафона на других стартах

России и мира. На опыт участия в марафонских стартах обращалось меньшее внимание.

В 2017 году было подано более 135 заявок и только 14 человек подходили под этот статус. Итак, благодаря амбассадорам зарегистрировалось на 4 мая 2017 года - 359 человек. Это отличный результат (прошлый сезон – 58 человек, прирост более 600 %).

Организационная структура

Основные положения централизации и децентрализации управления гласят, что для больших проектов или компаний более уместна децентрализованная система: она стимулирует инициативу и позволяет личности отождествить себя с организацией, а также помогает в подготовке молодого руководителя к более высоким должностям, предоставляя ему возможность принимать важные решения в самом начале его карьеры. Это обеспечивает приток в организацию талантливых руководителей.

Организационная структура комитета Казанского марафона 2016 года:

Вадим Янгиров – директор Казанского марафона

Вадим Низамов – PR-директор

Ильдар Давлетшин – администратор Казанского марафона

Сергей Сергей – помощник администратора

Регина Фасхеева – SMM-менеджер

Дмитрий Зайцев - пресс-атташе

Алексей Бобков - ответственный за питание

Поэтому перед сезоном 2017 были внесены изменения в организационную структуру комитета Казанского марафона, а именно были добавлены такие должности, как:

- Ответственный за организацию волонтерского состава (менеджер по рекрутингу волонтеров);

В этом году набором и обучением волонтеров занимался оргкомитет, не привлекая сторонние организации. Было нанято 2 тренера, обучение

проходило в 3 этапа. Были введены должности «Тим-лидер» - 25 человек, помощник ответственного за организацию волонтерства – 1 человек.

- Ответственный за поиск и привлечение медиа-лиц на Казанский Марафон (посольская программа);

Было отправлено более 25 писем с приглашением стать послом Казанского Марафона в Государственную Думу Российской Федерации, по итогам которых были записаны видео - ролики с участием политических деятелей, звезд спорта – депутатов Государственной Думы. Помимо этого велась большая работа по налаживанию связей со звездами российской эстрады, итогами работы с которыми также стали видео – приглашение.

- Ответственный за организацию стартового городка (Директор стартового городка);

В задачи этого менеджера в совместной работе с руководством входило разработка стартового городка.

Помимо этого именно этот человек является ответственным за обеспечение доступа участников, болельщиков, гостей на в стартово – финишную зону, разработку стартовой арки и сцены. Подготовка стартового городка включает в себя выгородку зоны при помощи фан – барьеров (контроль размещения партнерских баннеров на них), стартовых кластеров, зоны финиша и прохода к фан – зоне.

- Зав складом и ответственный за тех бригаду (Технический директор);

Основная задача заключается в поиске всего необходимого оборудования, которое обеспечит работу всех зон Казанского Марафона. Особенности данной позиции заключается в быстром, четком и качественном сборе информации от всех функциональных менеджеров.

- Ответственный за организацию Экспо-выставки (Директор Экспо – выставки);

Нахождение места проведения Экспо – выставки, координацию работы команды стороны принимающей Экспо, поиск «экспонентов», размещение

зон питания и выдачи стартовых пакетов – все это входит в основные задачи менеджера данного направления.

Корпоративные продажи

Ответственный за выдачу старт пакетов

Мерчендайзер

Маркетолог

Ответственный по взаимодействию с партнерами

Логист

Директор и комендант трассы

Ответственный за точки питания

Кроме того, привлечены к работе дополнительно:

*2 дизайнера;

*Администратор сайта и регистраций (до этого был специалист на аутсорсе); *Режиссер награждения;

*Ответственный за работу с элитными спортсменами.

В целом организационная структура показала рост привлечения новых сотрудников на постоянной основе и привлекаемых специалистов на 300%.

Таким образом, все эти шаги позволят оптимизировать работу о подготовке к событию, а также увеличить как количественные, так и качественные результаты.

ВЫВОДЫ

1. Была проанализирована теория подготовки международных спортивных событий и ведущих марафонов мира.

2. Была проанализирована программа подготовки Казанского марафона 2016 и выявлены проблемы привлечения участников.

Проблемами являются:

- Негативное отношение жителей к перекрытию дорог в городе;
- В выходные дни горожане чаще всего выезжают за город;
- Обязательное и принудительное участие отпугивает людей и делает спортивное мероприятие малопривлекательным;
- Неготовность платить стартовые взносы;
- Ошибочное мнение;
- Недостаточная информированность о пользе бега;
- Негативное отношение жителей к перекрытию дорог в городе;
- Невысокий доход населения и потенциальных участников;

3. Была разработана программа подготовки Казанского марафона к получению уровня IAAF. Программа представляет собой изменение организационной структуры оргкомитета Казанского марафона и разработанная PR-компания Казанского марафона и серии забегов Tatar.run.

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Благодаря проведению такого рода мероприятий в Татарстане ожидаемый прирост бегущей аудитории будет равен примерно 19-23% в год.

Таким образом, проведение регулярных тренировок с прописанной программой и индивидуальным подходом к каждому тренирующемуся в синтезе с профессионализмом и нацеленностью на результат тренера будет способствовать увеличению количества любителей бега, а это в свою очередь отражается на количестве участников на беговых мероприятиях в Республике Татарстан.

На основе сделанных выводов, считаем целесообразным проведение открытых бесплатных тренировок, рассчитанных на привлечение людей, не занимающихся спортом, к бегу и участию в беговых событиях в качестве основного метода программы популяризации бега. Эффективными инструментами данных мероприятий являются информирование в социальных сетях и сообществах в городах Республики Татарстан о проведении тренировок, а также привлечение медиа-лиц на открытые тренировки.

Практика крупных международных спортивных событий показала эффективность привлечения послов (как правило, медийные – лица), как к самому мероприятию, так и к его идеям и основным принципам.

Посольская программа Казанского Марафона включает в себя приглашение не только известных медиа – лиц (певцы, актеры), но и профессиональных спортсменов. Именно в 2017 году особое внимание было уделено привлечению профессиональных спортсменов к участию в Казанском марафоне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об определении видов спорта при проведении официальных спортивных соревнований, по которым применяются требования по обеспечению общественного порядка и общественной безопасности при проведении официальных спортивных соревнований : приказ Минспорта России от 2 июня 2014 г. N 428 // Сборник официальных документов и материалов. - 2014. - N 8. - С. 25

2. Республиканская программа популяризации бега в РТ 2016 г.

3. Адельфинский, А. Триатлон : как его понимает преподаватель политэкономии / Андрей Адельфинский. - [Б. м.], [2007?]. - 28 с.: ил.

4. Алтухов, С. Ивент - менеджмент в спорте : Упр. спортив. мероприятиями : [учеб.-метод пособие] / Сергей Алтухов. - М.: Сов. спорт, 2013. - 206 с.: ил.

5. Безлюдов, В.А. Организация и судейство соревнований по легкой атлетике : учеб. пособие для студентов БГУФК / В.А. Безлюдов ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры, Каф. легкой атлетики. - 3-е изд., испр. и доп. - Минск: [Изд-во БГУФК], 2005. - 55 с.: табл.

6. Вишневский, В.И. Инновационная программа повышения оздоровительной и образовательной направленности системы массовых спортивных соревнований школьников / В.И. Вишневский // Олимпийский бюллетень / Центр. Олимп. Акад. - М., 2009. - N 10. - С. 192-201.

7. Гарбер, В. Как подготовить соревнование // Легкая атлетика. - 1991. - N 9. - С. 16-17.

8. Горелов, А.П. Подготовка специалистов в области развития массовой физической культуры и туризма // Совершенствование подготовки кадров в области физической культуры и спорта в условиях модернизации профессионального образования в России : [Тез. докл. Всерос. науч.-практ. конф. М., 13-14 марта 2003 г.]. - М., 2003. - С. 82-85.

9. Ельцин, Б. Президентский марафон : [Размышления, воспоминания, впечатления] / Ельцин Борис Николаевич. - М.: АСТ, 2000. - 426 с.

10. Задворнов, К.Ю. Керлинг. Организация и судейство соревнований : Правила игры : (прил.) / К.Ю. Задворнов. - М.: ФиС, 2006. - 133 с.: ил.

11. Зеличенко, В. Бег на длинные дистанции : Руководство ИААФ по проведению соревнований вне стадиона: Справ. / Междунар. Ассоц. легкоатлет. федераций; ред. - М.: Терра-спорт, 2003. - 63 с.: ил.

12. Карпов, В. Сделаем марафон праздником / В. Карпов // Легкая атлетика. - 1993. - N 1. - с. 13-14.

13. Кирилина, Л.Ю. Необходимость совершенствования организации массовых спортивных соревнований студентов / Л.Ю. Кирилина // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. - 2012. - N 1. - С. 71.

14. Кирилина, Л.Ю. Проблема организации массовых спортивных соревнований студентов / Кирилина Л.Ю., Столяров В.И. // Всероссийский форум "Молодые ученые - 2010" : материалы. - М., 2010. - С. 226-228.

15. Курбатов, О. "Залог успеха - команда профессионалов" : Интервью // Легкая атлетика. - 2004. - N 3-4. - С. 20-21.

16. Курбатов, О. Восстановить легкоатлетическую пирамиду // Легкая атлетика. - 2004. - N 7. - С. 6-7.

17. Лахов, В.И. Организация и судейство соревнований по легкой атлетике : [учеб.-метод. пособие] / В.И. Лахов, В.И. Коваль, В.Л. Сечкин. - М.: Сов. спорт, 2004. - 512 с.: ил.

18. Машковцев, А. ИААФ рекомендует : команд. соревнования для детей 13-15 лет / Алексей Машковцев // Спорт в школе. - 2013. - N 9. - С. 6-7.

19. Машковцев, А. От ассоциации до лиги : соревнования, в которых не участвуют спортсмены / Алексей Машковцев // Спорт в школе. - 2013. - N 5. - С. 8-9.

20. Орлова, Е.В. Спорт как объект правового регулирования в России / Орлова Елена Владимировна // Спортивный менеджмент. - 2004. - N 1. - С. 60-65.

21. Песков, А.Н. О разработанном МВД РФ Законопроекте "Об обеспечении безопасности при проведении спортивных и иных массовых мероприятий в Российской Федерации" / Песков Анатолий Николаевич // Спорт: экономика, право, управление. - 2012. - N 2. - С. 35-39.

22. Попов, М. Крутой чемпионат : Горный бег ("Вверх") // Легкая атлетика. - 2003. - N 3-4. - С. 22.

23. Россошик, Л.В. Роль спортивной газеты в привлечении молодежи к физической культуре и спорту на опыте газеты "Спорт-Экспресс" / Россошик Л.В. // Первый международный спортивный форум "Россия - спортивная держава"!, 2010 г. : сб. докл. - М., 2010. - С. 332-333.

24. Сирунян, Т. Спортивный маркетинг : рос. и заруб. опыт / Сирунян Т. // Спорт: экономика, право, управление. - 2006. - N 4. - С. 17-19.

25. Слюсаренко, Е., Товар народного потребления // Легкая атлетика. - 2004. - N 1-2. - С. 6-9.

26. Слюсаренко, Е. Чемпионат плюс бесплатное приложение // Легкая атлетика. - 2004. - N 1-2. - С. 14-15.

27. Смирнов, А. Фалт-asics // Легкая атлетика. - 2004. - N 3-4. - С. 28-29.

28. Столяров, В.И. Проблема организации массовых спортивных соревнований студентов / Столяров В.И., Кирилина Л.Ю. // Культура физическая и здоровье. - 2012. - N 1 (37). - С. 14-16.

29. Спортивно-педагогическое совершенствование (легкая атлетика) [Электронный ресурс] : 1 курс : рабочая прогр. дисциплины : направление подгот. 034300.62 профиль подгот.: Спорт. подгот. : квалификация (степень) выпускника - Бакалавр : форма обучения - оч. : утв. и рек. Эмс ИСиФВ ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / сост.: Краус Т.А., Гридасова Е.Я. ; М-во спорта, туризма и молодеж. политики РФ, Федер. гос. бюджет. образоват.

учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2012

30. «Спортивное спонсорство в России не на нуле. Оно в минусе»:
[Электронный ресурс]: - Режим доступа:
<http://youngirov.ru/2016/04/09/спортивное-спонсорство-в-россии-не-на/>

31. Теория и методика избранного вида спорта (легкая атлетика)
[Электронный ресурс] : 1 курс : рабочая прогр. дисциплины : направление подгот. 034300.62 : профиль подгот. - Спорт. подгот. : квалификация (степень) выпускника : форма обучения - оч. : утв. и рек. Эмс ИСиФВ ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / сост.: Краус Т.А., Гридасова Е.Я. ; М-во спорта, туризма и молодеж. политики РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2012

32. Теория и методика избранного вида спорта (легкая атлетика)
[Электронный ресурс] : - Режим доступа: рабочая прогр. дисциплины : направление подгот. 49.03.01 : квалификация (степень) выпускника - Акад. бакалавр : профиль подгот. "Спорт. подгот." : формы обучения - оч., заоч. : утв. и рек. Эмс ИСиФВ ФГБОУ ВПО "РГУФКСМиТ" / сост.: Чесноков Н.Н. [и др.] ; М-во спорта РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)". - М., 2015

33. Универсиада 2013 года— масштабный международный проект
[Электронный ресурс]: - Режим доступа:
http://mdms.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_159237.pdf

34. Управление проектами как инструмент в руках организатора крупного мероприятия [Электронный ресурс]: - Режим доступа:
<http://ac.gov.ru/files/attachment/487.pdf>