**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Наумовой Екатерины Викторовны**

**Коммуникативные технологии работы**

**с болельщиками спортивного клуба**

**Н. рук. – Гавра Дмитрий Петрович, профессор, доктор соц. наук**

**Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**Очная форма обучения**

Под действием трендов и тенденций в современном спорте на смену привычной для всех структуре субъектов спортивного бизнеса приходит относительно новая аудитория болельщиков, в том числе спортивных фанатов, взаимодействие с которыми нуждается в обновленном PR-инструментарии. Это делает тему исследовательской работы **актуальной.**

В связи с проведением Чемпионата мира по футболу 2018 в России, сейчас в спорт инвестируются огромные средства. Коммерческий результат проведения мундиаля во многом зависит от поведения болельщиков, с которыми сейчас ведется активная работа. Именно этот факт определяет **практическую значимость работы**.

**Целью** работы является определение коммуникационных трендов и современных PR-технологий, актуальных для работы спортивного клуба с болельщиками. **Объектом** исследования выступают коммуникации спортивного клуба с болельщиками, тогда как **предмет** исследования – современные PR-технологии работы с этой группой стейкхолдеров.

В рамках исследования были выполнены следующие **задачи**:

1. выявление трендов и особенностей отрасли спорта как сферы бизнеса;
2. определение трендов коммуникационного бизнеса и их влияния на взаимодействие с болельщиками;
3. анализ актуальных для спортивной индустрии PR-технологий и выявление особенностей их применения в отрасли;
4. классификация современной аудитории болельщиков и изучение новой модели коммуникации с ней;
5. анализ и классификация технологий работы с болельщиками;
6. рассмотрение технологий коммуникации в день матча в процессе выстраивания взаимоотношений между клубом и болельщиками.

**Методы исследования:** контент-анализ, включенное наблюдение, а также экспертные интервью с внутренними экспертами компании и внешними специалистами.

**В качестве теоретической и методологической базы** выступили фундаментальные труды и публикации российских и зарубежных авторов; материалы отраслевых выставок и конференций; российских и иностранных исследований; журналы, учебные пособия и интернет-ресурсы в области спортивного PR.

Исследовательская работа состоит из 110 страниц, ее структура включает в себя введение, три главы, заключение и список литературы. Список литературы включает в себя 91 наименование.

**Abstract for bachelor thesis**

**Naumova Ekaterina**

**Technologies of sports club communication with fans**

**Scientific Dir. – Gavra Dmitri, Professor, Doctor of Social Sciences**

**The department of public relations in business**

**Full-time education**

The sports industry is experiencing rapid growth, due to a number of new trends and tendencies its conventional business structure is changing dramatically as well. The football business needs new means of communication, new PR–tools to deal with the new generations and new types of sport fans, especially with active fans. That is why exploring the new know-how of sports communication seems crucial.

The FIFA 2018 World Cup that is to take place in Russia attracts huge amounts of investments. The expected benefits depend greately upon the consumer behavior of the sports fans. The paper deals with the research of communication tools making relation with football fans efficient and beneficial. It makes the subject of the paper actual.

The dissertation **objective** is to define which of the trends and modern PR technologies would be effective if applied to sports club fans. While studying the means of communication between sport clubs and their fans as the main stakeholders, we define the modern methods and PR technics as the **subject** of the dissertation.

**The following tasks** were performed:

1. The new tendencies and foundation of sports business are defined;
2. Media, Advertising/Marketing in communication with fans are explored;
3. Modern PR technics used by sport clubs are analyzed;
4. Types of sport fans are stratified as well as their behavioral practices;
5. A new classification of communication between sports clubs and their fans is advanced;
6. Special methods of working with fans during the day of the match are defined.

The dissertation implies the following **methods of research:**

* Content analysis;
* Participant observation;
* Qualitative research method-interviewing and observation.

**The dissertation is based** on modern theoretical and methodological fundamental works and papers of Russian and foreign authors, materials of trade exhibitions and conferences, sports journals and internet data on sports PR and social media.

The Dissertation **contains** 110 pages, including the Introduction, three chapters, and a bibliography list of 91 items.