

**PR-технологии формирования имиджа футбольного клуба (на примере ФК "Краснодар")**

**Кудлай Оксана Сергеевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: oksakja@mail.ru*

Проведение такого масштабного мероприятия как Чемпионат мира по футболу в 2018 году в России означает, что в нашей стране значительно возрастет роль футбола как социального явления. Это даст мощный толчок не только развитию футбольной сферы, но и популяризации в стране отечественного футбола. В настоящее время футбол рассматривается как единство и связь различных по своей сути процессов: производства, воспроизводства, функционирования, развития, управления и использования продуктов деятельности всех тех, кто создает футбол. В связи с этим понятие "футбольный клуб" намного шире, чем команда игроков, тренер и другой персонал. У современного болельщика "мощного" футбольного клуба спортивная организация ассоциируется не только непосредственно с командой, но и с посещением стадионов, встречами с другими болельщиками, со спортивной футбольной школой для детей. Все вышеперечисленное является инструментами создания позитивного имиджа футбольного клуба. Привлекательный имидж может работать долгие годы и обладать определенным экономическим потенциалом, что особенно важно для успешности деятельности любых спортивных клубов.

\*\*\*

Проведенное мной исследование показало, что с увеличением числа болельщиков возрастает уровень капитализации футбола. В связи с этим создание положительного имиджа является одной из главных задач спортивной организации. ФК "Краснодар" имеет свою собственную модель развития, которая существенно отличается от других отечественных футбольных клубов, что помогло "Краснодару" за 8 лет существования клуба выйти на один уровень с ведущими российскими клубами не только по технике игры, но и по применению PR-технологий, и по работе с болельщиками.

**Литература:**

1. Василенко А.Б. Пиар крупных российских корпораций / Василенко Александр Борисович. - М.: ГУ ВШЭ, 2002.
2. Даклин Р. «PR - технологии в английском футболе». Практика и рекомендации. Пер.с англ.; под.ред. О.А. Феофанова, М., 2000.
3. Казанский С. "Имидж в бизнесе и футболе: как стать чемпионом". Журнал "Индустрия футбола" № 6 (7) 2004 г.
4. Почепцов Г.Г. "Имиджелогия: теория и практика" - К., 2000 г.
5. Яновский А. Паблик рилейшнз как средство обеспечения экономического благополучия предприятия // Маркетинг, 2000г.

**Источники и литература**

1)