

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Зекрин Фанави Хайбуллатович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 07.11.2023 15:17:23  
Уникальный программный ключ:  
8d1b39193cdad8918b8873b6591d9ef237c1a2d2

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЧАЙКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ»  
(ФГБОУ ВО «ЧГИФК»)**

Кафедра Туризма и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе  
к.э.н., доцент Пиунова М.А.

« 28 » мая 2020г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Спортивный маркетинг (Б1.О.33)

<b>Направление подготовки</b>	<i>49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм</i>
<b>Направленность (профиль) программы бакалавриата</b>	<i>«Менеджмент рекреации и туризма»</i>
<b>Квалификация выпускника</b>	<i>бакалавр</i>
<b>Год начала подготовки (по учебному плану)</b>	<i>2020</i>
<b>Форма обучения, семестр</b>	<i>очная: 1,2 семестр заочная: 1,2 семестр</i>
<b>Трудоёмкость по рабочему учебному плану</b>	<i>зачетных единиц: 6 часов: 216</i>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>зачет, экзамен</i>

Чайковский, 2020



## 1 Цель и задачи дисциплины

### 1.1 Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у бакалавров по направлению подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, теоретических и методических основ, необходимых в деятельности по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров, а также формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС.

### 1.2 Задачи дисциплины

- теоретическое и практическое обучение основам маркетинговой деятельности;
- изучить современные инструменты маркетинговой деятельности по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров;
- освоить современные методы анализа рынка, нахождения ниши рынка для продвижения физкультурно-спортивных услуг и товаров;
- стимулировать самостоятельную деятельность по освоению содержания дисциплины и формированию необходимой компетенции.

## 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Спортивный маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой:

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные		
ОПК-5. Способен формировать осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности, к природной среде, мотивационно-ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни	<b>ОПК-5.1.</b> Знает роль, структуру и функции физической культуры и спорта, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма, краеведения, природной среды, составляющие здорового образа жизни и факторы их определяющие, механизмы и приемы формирования мотивации на ведение здорового образа жизни <b>ОПК-5.2.</b> Умеет проводить мероприятия по формированию осознанного отношения занимающихся к физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности, к природной среде, мотивационно-ценностных ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни <b>ОПК-5.3.</b> Владеет методикой формирования осознанного отношения к физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности, к природной среде, мотивационно-ценностных	<b>Знает:</b> - роль, структуру и функции физической культуры и спорта, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма, краеведения, природной среды, составляющие здорового образа жизни и факторы их определяющие, механизмы и приемы формирования мотивации на ведение здорового образа жизни <b>Умеет:</b> - проводить мероприятия по формированию осознанного отношения занимающихся к физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности, к природной среде, мотивационно-ценностных ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни <b>Имеет опыт:</b> - владения методикой формирования осознанного отношения к физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности, к природной среде, мотивационно-ценностных ориентаций и установок на

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни	ведение здорового образа жизни
<b>ОПК-11.</b> Способен проводить исследования по определению эффективности, используемых средств и методов физкультурно-спортивной, в том числе рекреационной и туристской деятельности.	<b>ОПК-11.1.</b> Знает основы научно-методической деятельности, научную терминологию, принципы, средства, методы и технологию организации научного исследования <b>ОПК-11.2.</b> Умеет разрабатывать и реализовывать программу научного исследования по определению эффективности используемых средств и методов физкультурно-спортивной, в том числе рекреационной и туристской деятельности	<b>Знает:</b> - организацию научного эксперимента; - методики для определения эффективности результатов исследования в сфере физической культуры и спорта; - методики для определения эффективности результатов исследования в рекреационной и туристской деятельности; - методы исследования для обработки результатов; - средства для определения эффективности физкультурно-спортивной деятельности; - средства для определения эффективности рекреационной и туристской деятельности <b>Умеет:</b> - организовывать и проводить научный эксперимент; - применять методики по определению эффективности различных видов деятельности в сфере физической культуры и спорта; - применять методики по определению эффективности рекреационной и туристской деятельности; - обрабатывать и анализировать результаты исследования; - обобщать и оформлять результаты исследования; - применять средства и методы для выявления эффективности физкультурно-спортивной деятельности; - применять средства и методы для выявления эффективности рекреационной и туристской деятельности

### 3 Место дисциплины в структуре профессиональной подготовки выпускников

Дисциплина «Спортивный маркетинг» (Б1.О.33) относится к обязательной части блока «Дисциплины».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, и/или опыт практической деятельности, сформированные в процессе изучения предшествующих дисциплин/практик: Основы рекреации и спортивно-оздоровительного туризма.

Знания, умения и/или опыт практической деятельности, сформированные при изучении дисциплины «Спортивный маркетинг», будут востребованы при изучении последующих дисциплин/практик: Учебная практика: ознакомительная, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Статистика в спорте, Безопасность жизнедеятельности, Основы медицинских знаний, Гигиенические основы физкультурно-спортивной деятельности, Теория и методика физической рекреации, Теория и методика обучения базовым видам спортивного

туризма и физкультурной рекреации: спортивный туризм (пешеходный), спортивный туризм (лыжный), спортивное ориентирование, спортивный туризм (велосипедный), фитнес технологии, спортивный туризм (горный), спортивный туризм (горнолыжный), спортивный туризм (водный), спелеотуризм, Теория и методика физической культуры. Научно-методическая деятельность, Спортивная метрология

## 4 Объем дисциплины и виды учебной работы

### 4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы (очная форма обучения)

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах		
		1 семестр	2 семестр	Всего
1	Контактная работа	48	48	96
1.1	Занятия лекционного типа	16	16	32
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)	32	32	64
2	Самостоятельная работа / и подготовка к промежуточной аттестации	60	60/27	120/27
3	Промежуточная аттестация – зачет, экзамен	+ -	- 27	+ 27
4	Всего трудоемкость дисциплины:	108	108	216
	<i>в академических часах</i>	3	3	6
	<i>в зачетных единицах</i>			

### 4.2 Объем дисциплины и виды учебной работы (заочная форма обучения)

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах		
		1 семестр	2 семестр	Всего
1	Контактная работа	10	8	18
1.1	Занятия лекционного типа	4	2	6
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)	6	6	12
2	Самостоятельная работа / в том числе контрольная работа и подготовка к промежуточной аттестации	98/4	100/24	198/28
2.1	контрольная работа	-	15	15
3	Промежуточная аттестация – зачет экзамен	4 -	- 9	4 9
4	Всего трудоемкость дисциплины:	108	108	216
	<i>в академических часах</i>	3	3	6
	<i>в зачетных единицах</i>			

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1 Модульный тематический план

#### 5.1.1 Модульный тематический план (очная форма обучения)

№ темы	Темы дисциплины	Индикаторы достижения компетенции	Виды учебной работы и трудоемкость в часах				Трудоемкость в часах	Оценочные средства	Технологии формирования
			Контактная работа			Самостоятельная работа			
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего				
<i>1 семестр</i>									
<b>Раздел 1. Основы спортивного маркетинга</b>		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-11.1 ОПК-11.2	16	32	32	60	108	УО-1,3,5 ПР-1 ИС-2	ТТ ННТ
1.1	Основные понятия и определения спортивного маркетинга	ОПК-5.1	2	4	6	8	14	УО-1,3 ИС-2	ТТ ННТ
1.2	Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	2	4	6	6	12	УО-1,3 ИС-2	
1.3	Маркетинговые исследования в спорте	ОПК-5.1 ОПК-5.2	2	4	6	8	14	УО-1,3,5 ИС-2	ТТ ННТ
1.4	Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	10	16	УО-1,3,5 ИС-2	
1.5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	6	12	УО-1,3 ИС-2	
1.6	Правовые основы рекламы в сфере спорта	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	6	12	УО-1,3 ИС-2	
1.7	Особенности создания рекламного обращения	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	6	12	УО-1,3,5 ИС-2	ТТ ННТ
1.8	Рекламная кампания	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	10	16	УО-1,3,5 ПР-1 ИС-2	
<b>ИТОГО (1 семестр):</b>			<b>16</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>60</b>	<b>108</b>		
<i>2 семестр</i>									
<b>Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта</b>		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-11.1 ОПК-11.2	16	32	48	33/27	108	УО-1,4 ПР-1 ИС-2	ТТ ННТ
2.1	Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта	ОПК-5.1 ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	10	16	УО-1,4 ИС-2	ТТ ННТ
2.2	Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта	ОПК-5.1 ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	8	14	УО-1,4 ИС-2	
2.3	План маркетинга	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	8	14	УО-1,4 ИС-2	
2.4	Стратегия спортивного маркетинга	ОПК-5.2 ОПК-11.1	2	4	6	6	12	УО-1,4	ТТ ННТ

2.5	Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система	ОПК-11.2 ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	6	12	ИС-2 УО-1,4 ИС-2
2.6	Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий	ОПК-11.1 ОПК-11.2 ОПК-5.3	2	4	6	8	14	УО-1,4 ИС-2
2.7	Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	8	14	УО-1,4 ИС-2
2.8	Урегулирование споров	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	6	12	УО-1,4 ПР-1 ИС-2
<b>ИТОГО (2семестр):</b>			<b>16</b>	<b>32</b>	<b>48</b>	<b>60</b>	<b>108</b>	
<b>ИТОГО (по курсу):</b>			<b>16</b>	<b>64</b>	<b>80</b>	<b>109/2</b>	<b>216</b>	
						<b>7</b>		

### 5.1.2 Модульный тематический план (заочная форма обучения)

№ темы	Темы дисциплины	Индикаторы достижения компетенции	Виды учебной работы и трудоемкость в часах				Трудоемкость в часах	Оценочные средства	Технологии формирования
			Контактная работа			Самостоятельная работа			
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего				
<i>1 семестр</i>									
<b>Раздел 1. Основы спортивного маркетинга</b>		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-11.1 ОПК-11.2	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>94/4</b>	<b>108</b>	<b>УО-1,3,5</b> <b>ПР-1</b>	<b>ТТ</b> <b>ННТ</b>
1.1	Основные понятия и определения спортивного маркетинга	ОПК-5.1	1	-	1	13	14	УО-1,3	ТТ ННТ
1.2	Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	1	-	1	12	13	УО-1,3	
1.3	Маркетинговые исследования в спорте	ОПК-5.1 ОПК-5.2	1	-	1	13	14	УО-1,3,5	ТТ ННТ
1.4	Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта	ОПК-11.1 ОПК-11.2	1	1	2	14	16	УО-1,3,5	
1.5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	11	12	УО-1,3	
1.6	Правовые основы рекламы в сфере спорта	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	11	12	УО-1,3	
1.7	Особенности создания рекламного обращения	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	11	12	УО-1,3,5	ТТ ННТ
1.8	Рекламная кампания	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	2	2	13	15	УО-1,3,5 ПР-1	



		<b>ИТОГО (1 семестр):</b>					<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>98</b>	<b>108</b>		
		<i>2 семестр</i>											
<b>Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта</b>		<b>ОПК-5.1</b> <b>ОПК-5.2</b> <b>ОПК-5.3</b> <b>ОПК-11.1</b> <b>ОПК-11.2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>108</b>			<b>УО-1,4</b> <b>ПР-1</b>	<b>ТТ</b> <b>ННТ</b>		
2.1	Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта	ОПК-5.1 ОПК-11.1 ОПК-11.2	0,5	1	1,5	12,5	14			УО-1,4	ТТ ННТ		
2.2	Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта	ОПК-5.1 ОПК-11.1 ОПК-11.2	0,5	1	1,5	13,5	15			УО-1,4			
2.3	План маркетинга	ОПК-11.1 ОПК-11.2	0,5	-	0,5	12,5	13			УО-1,4			
2.4	Стратегия спортивного маркетинга	ОПК-5.2 ОПК-11.1 ОПК-11.2	0,5	-	0,5	12,5	13			УО-1,4	ТТ ННТ		
2.5	Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	12	13			УО-1,4			
2.6	Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий	ОПК-11.1 ОПК-11.2 ОПК-5.3	-	1	1	12	13			УО-1,4			
2.7	Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	12	13			УО-1,4			
2.8	Урегулирование споров	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	13	14			УО-1,4 ПР-1 ПР-2			
		<b>ТОГО (2 семестр):</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>108</b>						
		<b>ИТОГО (по курсу):</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>185</b>	<b>216</b>						

## 5.2 Образовательные технологии и оценочные средства, используемые при формировании компетенций

<i>Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций</i>	<i>Оценочные средства для аттестации</i>
<p><i>ТТ – традиционные технологии:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• занятия лекционного типа;</li> <li>• занятия семинарского типа.</li> </ul> <p><i>ННТ – неимитационные неигровые технологии:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разбор конкретных ситуаций;</li> <li>• технологии развития критического мышления (составление глоссария);</li> <li>• работа в малых группах.</li> </ul>	<p><i>Устный опрос (УО):</i></p> <p>УО-1 – собеседование;</p> <p>УО-3 – зачет;</p> <p>УО-4 – экзамен;</p> <p>УО-5 – доклад, сообщение.</p> <p><i>Письменные работы (ПР):</i></p> <p>ПР-1 – тест, письменный ответ;</p> <p>ПР-2 – контрольная работа.</p> <p><i>Инновационные способы и средства оценки компетенций (ИС):</i></p> <p>ИС-2 – бально-рейтинговая система</p>

## 5.3 Содержание разделов и тем учебной дисциплины

### 5.3.1 Содержание разделов и тем учебной дисциплины (очная форма обучения)

Раздел, темы	Содержание
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Основы спортивного маркетинга</b>
1.1	<i>Тема Основные понятия и определения спортивного маркетинга</i>
	Занятие лекционного типа 1. Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 1-2. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: 1. Оценка факторов макросреды. 2. Оценка поставщиков. 3. Изучение мотивов потребителей.
Самостоятельная работа. Составить план-конспект доклада по вопросам темы. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовить доклады и презентации по темам: Активы и ресурсы маркетинга. Бренд и брендинг. Дизайн. Имидж и эмоциональный маркетинг.	
1.2	<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга</i>
	Занятие лекционного типа 2. Основные функции и задачи спортивного маркетинга. Виды спортивного маркетинга. Комплекс спортивного маркетинга.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 3-4. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Спрос. Величина спроса. Функции спроса. Построение кривой спроса. Анализ спроса.
Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Разработать тесты по ключевым понятиям 1-2 темы на 20 понятий. Подготовка к зачету.	
1.3	<i>Тема Маркетинговые исследования в спорте</i>
	Занятие лекционного типа 3. Основные понятия и определения в области маркетинговых исследований. Основные этапы в планировании и проведении МИ в спорте. Методы сбора маркетинговой информации в сфере физической культуры и спорта.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 5-6. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Товар. Товарная политика. Оценка конкурентоспособности товара. Разработка комплекса маркетинга. Анализ жизненного цикла товара.
Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов: Процесс маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований в спорте. Полевые исследования. Кабинетные исследования. Подготовка к зачету.	
1.4	<i>Тема Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта</i>
	Занятие лекционного типа 4. Основные понятия сегментации рынка. Этапы и виды сегментации рынка в сфере физической культуры и спорта. Критерии сегментации рынка спортивных услуг.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 7-8. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Оценка эффективности маркетинговой деятельности фирмы с помощью построения многоугольника конкурентоспособности. Построение карты позиционирования. Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке организации. Стратегии ценообразования потребительских предпочтений.
Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка презентации и доклада по вопросам: Целевая аудитория. Демографическая сегментация. Психографическая сегментация. Подготовка к зачету.	

	<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>
1.5	<i>Занятие лекционного типа 5. Основные понятия, и определения. Исторические аспекты возникновения и развития рекламы. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности.</i>
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 9- 10. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке спортивной организации. Расчет доли рынка спортивных организаций. Расчет емкости рынка для спортивных товаров.</i>
	<i>Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к зачету.</i>
	<i>Тема Правовые основы рекламы в сфере спорта</i>
1.6	<i>Занятие лекционного типа 6. Общие требования к рекламе в сфере физической культуры и спорта. Особенности скрытой рекламы. Недобросовестная реклама.</i>
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 11-12. Работа с нормативно-правовой документацией: товарный знак, знаки собственности в сфере ФК и С. Прогнозирование спроса на спортивные услуги и анализ деятельности спортивного клуба. Расчет показателей лояльности (приверженности) товарным маркам организации.</i>
	<i>Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций: Реклама на ТВ. Реклама на радио. Печатная реклама. Наружная реклама. PR в спорте. Подготовка к зачету.</i>
	<i>Тема Особенности создания рекламного обращения</i>
1.7	<i>Занятие лекционного типа 7. Структура рекламного обращения, особенности его создания. Рекламный слоган и его типы в структуре рекламного обращения. Уникальное торговое предложение, как фактор продвижения товаров и услуг на рынке.</i>
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 13-14. Разработка слоганов по избранному виду спорта на конкретную целевую аудиторию. Разработка рекламного обращения с призывом к занятиям ФК и С, ЗОЖ. Преемственность производственно-сбытовой деятельности спортивного клуба.</i>
	<i>Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций: Мотивы их роль в создании рекламного обращения. Типы слоганов. Сегментация потребителей в рекламном обращении. Потребности клиентов. Структура рекламного обращения. Девиз рекламы. Требования к информации. Подготовка к зачету.</i>
	<i>Тема Рекламная кампания</i>
1.8	<i>Занятие лекционного типа 8. Бюджет рекламной кампании. Комплекс рекламных мероприятий в составе рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании.</i>
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 15-16. Рекламная кампания в спортивной организации. Определение комплекса рекламных мероприятий. Расчет затрат на рекламную кампанию спортивной организации. Определение экономической эффективности рекламных мероприятий. Работа с тестами.</i>
	<i>Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций. Подготовка к зачету.</i>
<b>2</b>	<b><i>Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта</i></b>
	<i>Тема Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта</i>
2.1	<i>Занятие лекционного типа 9. Характеристика спортивных товаров и услуг. Анализ рынка спортивных товаров и услуг. Жизненный цикл товаров и услуг в сфере физической культуры и спорта.</i>
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 17-18. Анализ факторов, влияющих на функционирование рынка. Модели проведения анализа макроокружения. Выбор стратегии развития на рынке.</i>
	<i>Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций: Спорт и маркетинг. Спортивные товары и услуги. Сегментация потребителей в спорте. Анализ рынка спортивных товаров. Анализ рынка спортивных услуг. Контроль в спортивном</i>

	маркетинге. Спортивные услуги и управление качеством. Инновации и качество. Подготовка к экзамену.
2.2	<i>Тема Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта</i>
	<i>Занятие лекционного типа 10.</i> Определение целевой аудитории потребителей спортивных товаров и услуг. Анализ рыночных отношений в сфере физической культуры и спорта. Анализ конкуренции в сфере физической культуры и спорта. Затраты на производство физкультурно-спортивных услуг.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 19-20.</i> Построение карт позиционирования с выбранными атрибутами. Представить отчет по карте позиционирования с выбранными атрибутами. Определить позиции конкурентов. Обосновать выбор своей ниши.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Подготовить доклады и презентации по вопросам: Стоимость закупки сырья. Оплата труда персонала. Платежи за коммунальные услуги. Аренда помещений и оборудования. Прочие расходы. Способы продвижения товаров. Реклама в СМИ. Полиграфическая продукция. Проведение рекламных акций. Личные продажи. Составление плана-конспекта. Сбыт продукции. Налаженная связь с потребителем. Хранение спортивного товара на складах, его транспортировка. Прямой или косвенный канал поставки спортивных товаров. Подготовка к экзамену.
2.3	<i>Тема План маркетинга</i>
	<i>Занятие лекционного типа 11.</i> Цели и стратегии спортивного маркетинга, ценообразование. Распространение спортивных товаров и услуг, стимулирование продаж. Послепродажное обслуживание спортивных товаров, реклама.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 21-22.</i> Прогноз объема продаж спортивных товаров и услуг. Планирование производственной и финансовой деятельности. Методы составления прогнозов товарооборота. Алгоритм построения прогноза объема реализации для спортивных продуктов с сезонным характером продаж.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Разработка плана рекламы. Создание рекламных объявлений. Создание общественного мнения. Подготовка к экзамену.
2.4	<i>Тема Стратегия спортивного маркетинга</i>
	<i>Занятие лекционного типа 12.</i> Стратегический спортивный маркетинг. Международный спортивный маркетинг и глобализация. Стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 23-24.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Стратегия ценообразования и оценка потребительских предпочтений. Методы ценообразования: затратные, рыночные, параметрические. Решение задач по определению методов ценообразования.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Подготовить доклады по вопросам: Элементы стратегического планирования. Этапы стратегического планирования. Проникновение на рынок. Развитие рынка. Диверсификация. Стратегии дистрибуции. Подготовить доклады по вопросам: Анализ целевых рынков. Тактика маркетинга. Эмоциональная составляющая качества спортивных услуг. Взаимодействие со спортивными рынками. Будущее спортивного маркетинга. Подготовка к экзамену.
2.5	<i>Тема Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система</i>
	<i>Занятие лекционного типа 13.</i> Общая характеристика трансфертной системы. Временный перевод спортсмена к другому работодателю. Особенности регулирования международных переходов (трансфертов) спортсменов.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 25-26.</i> Разбор конкретных ситуаций в трансфертной системе. Составление кроссвордов по ключевым понятиям спортивного маркетинга.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.
2.6	<i>Тема Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий</i>
	<i>Занятие лекционного типа 14.</i> Административные правонарушения, связанные с

	<p>противоправным влиянием на результаты официальных спортивных соревнований. Административные правонарушения, связанные с незаконным использованием спортивной, олимпийской и паралимпийской символики в форме товарных знаков. Административная ответственность за нарушения.</p> <p><i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 27-28.</i> Разбор конкретных ситуаций по теме административных правонарушений и ответственности.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>
2.7	<p><i>Тема Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 15.</i> Экономические преступления. Преступления, посягающие на принцип равенства прав и свобод человека. Преступления, посягающие на общественный порядок и безопасность граждан при проведении спортивных мероприятий.</p> <p><i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 29-30.</i> Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии, выступления с презентациями.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>
2.8	<p><i>Тема Урегулирование споров</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 16.</i> Общая характеристика спортивных споров. Разрешение спортивных споров. Участие спортивных профсоюзов в урегулировании спортивных споров.</p> <p><i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 31-32.</i> Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии, выступления с презентациями. Работа с тестами.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>

### 5.3.2 Содержание разделов и тем учебной дисциплины (заочная форма обучения)

Раздел, темы	Содержание
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Основы спортивного маркетинга</b>
	<i>Тема Основные понятия и определения спортивного маркетинга</i>
1.1	<p><i>Занятие лекционного типа 1.</i> Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Изучение вопросов: 1. Оценка факторов макросреды. 2. Оценка поставщиков. 3. Изучение мотивов потребителей. Подготовить доклады и презентации по темам: Активы и ресурсы маркетинга. Бренд и брендинг. Дизайн. Имидж и эмоциональный маркетинг.</p>
	<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга</i>
1.2	<p><i>Занятие лекционного типа 1.</i> Основные функции и задачи спортивного маркетинга. Виды спортивного маркетинга. Комплекс спортивного маркетинга.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Изучение вопросов: Спрос. Величина спроса. Функции спроса. Построение кривой спроса. Анализ спроса. Разработать тесты по ключевым понятиям 1-2 темы на 20 понятий. Подготовка к зачету.</p>
	<i>Тема Маркетинговые исследования в спорте</i>
1.3	<p><i>Занятие лекционного типа 2.</i> Основные понятия и определения в области маркетинговых исследований. Основные этапы в планировании и проведении МИ в спорте. Методы сбора маркетинговой информации в сфере физической культуры и спорта.</p>

	<p><i>Самостоятельная работа.</i> Изучение вопросов: Товар. Товарная политика. Оценка конкурентоспособности товара. Разработка комплекса маркетинга. Анализ жизненного цикла товара. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов: Процесс маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований в спорте. Полевые исследования. Кабинетные исследования. Подготовка к зачету.</p>
1.4	<p><i>Тема Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 2.</i> Основные понятия сегментации рынка. Этапы и виды сегментации рынка в сфере физической культуры и спорта. Критерии сегментации рынка спортивных услуг.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 1.</i> Оценка эффективности маркетинговой деятельности фирмы с помощью построения многоугольника конкурентоспособности. Построение карты позиционирования. Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке организации. Стратегии ценообразования потребительских предпочтений.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Закрепление материала лекции. Подготовка презентации и доклада по вопросам: Целевая аудитория. Демографическая сегментация. Психографическая сегментация. Подготовка к зачету.</p>
	<p><i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i></p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 1.</i> Основные понятия, и определения. Исторические аспекты возникновения и развития рекламы. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности. Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке спортивной организации. Расчет доли рынка спортивных организаций. Расчет емкости рынка для спортивных товаров.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к зачету.</p>
	<p><i>Тема Правовые основы рекламы в сфере спорта</i></p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 2.</i> Общие требования к рекламе в сфере физической культуры и спорта. Особенности скрытой рекламы. Недобросовестная реклама. Работа с нормативно-правовой документацией: товарный знак, знаки собственности в сфере ФК и С. Прогнозирование спроса на спортивные услуги и анализ деятельности спортивного клуба. Расчет показателей лояльности (приверженности) товарным маркам организации.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций: Реклама на ТВ. Реклама на радио. Печатная реклама. Наружная реклама. PR в спорте. Подготовка к зачету.</p>
1.6	<p><i>Тема Особенности создания рекламного обращения</i></p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 2.</i> Структура рекламного обращения, особенности его создания. Рекламный слоган и его типы в структуре рекламного обращения. Уникальное торговое предложение, как фактор продвижения товаров и услуг на рынке. Разработка слоганов по избранному виду спорта на конкретную целевую аудиторию. Разработка рекламного обращения с призывом к занятиям ФК и С, ЗОЖ. Преимущество производственно-сбытовой деятельности спортивного клуба.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций: Мотивы их роль в создании рекламного обращения. Типы слоганов. Сегментация потребителей в рекламном обращении. Потребности клиентов. Структура рекламного обращения. Девиз рекламы. Требования к информации. Подготовка к зачету.</p>
	<p><i>Тема Рекламная кампания</i></p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 3.</i> Бюджет рекламной кампании. Комплекс рекламных мероприятий в составе рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании. Рекламная кампания в спортивной организации. Определение комплекса рекламных мероприятий. Расчет затрат на рекламную кампанию спортивной организации. Определение экономической эффективности рекламных мероприятий. Работа с тестами.</p>
1.7	
1.8	

	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций. Подготовка к зачету.
<b>2</b>	<b><i>Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта</i></b>
	<i>Тема Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта</i>
	<i>Занятие лекционного типа 3.</i> Характеристика спортивных товаров и услуг. Анализ рынка спортивных товаров и услуг. Жизненный цикл товаров и услуг в сфере физической культуры и спорта.
2.1	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4.</i> Анализ факторов, влияющих на функционирование рынка. Модели проведения анализа макроокружения. Выбор стратегии развития на рынке.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций: Спорт и маркетинг. Спортивные товары и услуги. Сегментация потребителей в спорте. Анализ рынка спортивных товаров. Анализ рынка спортивных услуг. Контроль в спортивном маркетинге. Спортивные услуги и управление качеством. Инновации и качество. Подготовка к экзамену.
	<i>Тема Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта</i>
	<i>Занятие лекционного типа 3.</i> Определение целевой аудитории потребителей спортивных товаров и услуг. Анализ рыночных отношений в сфере физической культуры и спорта. Анализ конкуренции в сфере физической культуры и спорта. Затраты на производство физкультурно-спортивных услуг.
2.2	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4.</i> Построение карт позиционирования с выбранными атрибутами. Представить отчет по карте позиционирования с выбранными атрибутами. Определить позиции конкурентов. Обосновать выбор своей ниши.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Подготовить доклады и презентации по вопросам: Стоимость закупки сырья. Оплата труда персонала. Платежи за коммунальные услуги. Аренда помещений и оборудования. Прочие расходы. Способы продвижения товаров. Реклама в СМИ. Полиграфическая продукция. Проведение рекламных акций. Личные продажи. Составление плана-конспекта. Сбыт продукции. Налаженная связь с потребителем. Хранение спортивного товара на складах, его транспортировка. Прямой или косвенный канал поставки спортивных товаров. Подготовка к экзамену.
	<i>Тема План маркетинга</i>
	<i>Занятие лекционного типа 3.</i> Цели и стратегии спортивного маркетинга, ценообразование. Распространение спортивных товаров и услуг, стимулирование продаж. Послепродажное обслуживание спортивных товаров, реклама.
2.3	<i>Самостоятельная работа.</i> Прогноз объема продаж спортивных товаров и услуг. Планирование производственной и финансовой деятельности. Методы составления прогнозов товарооборота. Алгоритм построения прогноза объема реализации для спортивных продуктов с сезонным характером продаж. Разработка плана рекламы. Создание рекламных объявлений. Создание общественного мнения. Подготовка к экзамену.
	<i>Тема Стратегия спортивного маркетинга</i>
	<i>Занятие лекционного типа 3.</i> Стратегический спортивный маркетинг. Международный спортивный маркетинг и глобализация. Стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.
2.4	<i>Самостоятельная работа.</i> Подготовить доклады по вопросам: Стратегия ценообразования и оценка потребительских предпочтений. Методы ценообразования: затратные, рыночные, параметрические. Элементы стратегического планирования. Этапы стратегического планирования. Проникновение на рынок. Развитие рынка. Диверсификация. Стратегии дистрибуции. Подготовить доклады по вопросам: Анализ целевых рынков. Тактика маркетинга. Эмоциональная составляющая качества спортивных услуг. Взаимодействие со спортивными рынками. Будущее спортивного маркетинга. Подготовка к экзамену.
	<i>Тема Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система</i>
2.5	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</i> Общая характеристика

	трансфертной системы. Временный перевод спортсмена к другому работодателю. Особенности регулирования международных переходов (трансфертов) спортсменов. Разбор конкретных ситуаций в трансфертной системе. Составление кроссвордов по ключевым понятиям спортивного маркетинга.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.
2.6	<i>Тема Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</i> Административные правонарушения, связанные с противоправным влиянием на результаты официальных спортивных соревнований.
	Административные правонарушения, связанные с незаконным использованием спортивной, олимпийской и паралимпийской символики в форме товарных знаков. Административная ответственность за нарушения. Разбор конкретных ситуаций по теме административных правонарушений и ответственности.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.
2.7	<i>Тема Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 6.</i> Экономические преступления. Преступления, посягающие на принцип равенства прав и свобод человека. Преступления, посягающие на общественный порядок и безопасность граждан при проведении спортивных мероприятий. Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии, выступления с презентациями.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.
2.8	<i>Тема Урегулирование споров</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 6.</i> Общая характеристика спортивных споров. Разрешение спортивных споров. Участие спортивных профсоюзов в урегулировании спортивных споров. Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии, выступления с презентациями. Работа с тестами.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.

## 6. Промежуточная аттестация по дисциплине

### 6.1 Промежуточная аттестация по дисциплине (очная форма обучения)

Учебным планом предусмотрена следующая форма промежуточной аттестации по дисциплине:

- зачет в 1 семестре,
- экзамен во 2 семестре.

Критерии выставления зачета, экзаменационной оценки соответствуют «Положению о балльно-рейтинговой системе контроля успеваемости студентов ЧГИФК».

*Структура итоговой оценки учебной деятельности обучающегося по дисциплине, заканчивающейся промежуточной аттестацией*

<i>Виды учебной деятельности</i>	<i>Процентное соотношение видов учебной деятельности</i>	<i>Сумма абс. баллов</i>
Посещаемость	10 %	10
Текущий контроль (работа на практических занятиях, СР и пр.)	60 %	60
Промежуточная аттестация	30 %	30
<i>Итого</i>	<i>100%</i>	<i>100</i>

### *Рейтинговая система дисциплины (1 семестр)*

<i>Разделы, темы дисциплины</i>	<i>Рейтинговые баллы</i>
---------------------------------	--------------------------



	Посещение занятий	Текущий контроль	Промежуточ- ная аттестация
<b>1 Раздел Основы спортивного маркетинга</b>			
Роль спортивного маркетинга в экономическом развитии страны	10	5	30
Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга		5	
Маркетинговые исследования в спорте		10	
Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта		10	
Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта		5	
Правовые основы рекламы в сфере спорта		5	
Особенности создания рекламного обращения		10	
Рекламная кампания		10	
<b>ИТОГО</b>	<b>10</b>	<b>60</b>	<b>30</b>
		<b>100</b>	

*Рейтинговая система дисциплины (2 семестр)*

Разделы, темы дисциплины	Рейтинговые баллы		
	Посещение занятий	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<b>Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта</b>			
Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта	10	5	30
Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта		5	
План маркетинга		10	
Стратегия спортивного маркетинга		10	
Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система		10	
Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий		10	
Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий		5	
Урегулирование споров		5	
<b>ИТОГО</b>	<b>10</b>	<b>60</b>	<b>30</b>
		<b>100</b>	

Перевод рейтинговых баллов, набранных обучающимся, осуществляется согласно представленной ниже таблице.

*Шкала перевода баллов в национальный числовой эквивалент, международную буквенную оценку*

Сумма баллов за текущий контроль и посещаемость	Сумма баллов за промежуточную аттестацию	Сумма условных баллов (процентов)	Зачет /незачет	Числовой эквивалент	Оценка	Буквенное обозначение (Оценка ECTS)
68-70	29-30	97-100	Зачет	5	Отлично	A
66-67	27-28	93-96		5	Очень хорошо	B
56-65	21-26	77-92		4	Хорошо	C
45-55	18-20	63-76		3	Удовлетворительно	D
35-44	15-17	50-62		3	Посредственно	E
20-34	12-14	31-49	Незачет	2	Неудовлетворительно	Fx
0-19	0-11	0-30		2		F

## 6.2 Промежуточная аттестация по дисциплине (заочная форма обучения)

Учебным планом предусмотрена следующая форма промежуточной аттестации по дисциплине:

- зачет в 1 семестре,
- экзамен во 2 семестре.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится с учетом результатов текущего контроля.

Задолженности по текущему контролю должны быть ликвидированы.

Формы ликвидации задолженностей:

- устная (беседа с преподавателем во время индивидуальных консультаций),
- письменная.

Оценочные материалы и критерии оценивания указаны в фондах оценочных средств и методических материалах дисциплины.

## 7 Перечень основной и дополнительной литературы

### *Основная литература*

1. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2010. - 706с.
2. Алексеев С.В. Спортивный маркетинг. Правовое регулирование: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Маркетинг», «Юриспруденция», и «Физическая культура и спорт» / С.В. Алексеев; под ред. П.В. Крашенинникова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. - 647 с. – IPRbooks.

### *Дополнительная литература*

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев, - М.: КНОРУС, 2010.- 680 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2010.-211 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА -Кросс. Плюс», 1995. -702с.
4. Маркетинг: учебное пособие для бакалавров / С.В. Карпова [и др.]; под общей ред. С.В. Карповой. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 473 с.
5. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник М.: «Дашков и К», 2012. – 540с.
6. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография 2-е изд., стереотип. – М.: Советский спорт, 2007.-256с.

## 8 Перечень ресурсов информационно-коммуникационных технологий

### 8.1 Перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

<i>№ п.п.</i>	<i>Наименование программного продукта</i>
<i>Лицензионное программное обеспечение</i>	
1.	Операционная система Windows 10 Pro
2.	Операционная система Windows 7 Professional
3.	Операционная система Windows 8 Pro
4.	Операционная система Windows 8.1 Pro
5.	Операционная система Windows Server 2008
6.	Операционная система Windows Server 2012
7.	Пакет офисных программ Microsoft Office 2010 Standard

8.	Пакет офисных программ Microsoft Office 2013 Standard
9.	Пакет офисных программ Microsoft office 2007 Standard
10.	ABBY FineReader 11 Corporate Edition
11.	Kaspersky Endpoint Security 11
12.	Pinnacle Studio 16 Ultimate Corp License (2 -4)
13.	VideoStudio Pro X4 License (1 - 10)
14.	Astra Linux Special Edition
15.	СПС Консультант-плюс
16.	Stat+ Professional 5.8 (Академическая версия)
<i>Свободно распространяемое программное обеспечение</i>	
17.	Яндекс Браузер
18.	Kinovea
19.	STDUViewer
20.	Telegram

## 8.2 Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

- Электронно-библиотечная система MarcSQL (Электронная библиотека ЧГИФК) – лицензионный договор на использование программных средств для автоматизации информационно-библиотечной деятельности №045/2012-М от 26.04.2012 г, лицензия действует бессрочно;
- Электронно-библиотечная система IPRbooks – контракт №3214/19 от 05.07.2019, лицензия продлевается ежегодно.

## 7.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://window.edu.ru/window>.
- Официальный сайт Министерства спорта РФ [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.minsport.gov.ru/>
- Библиотека международной спортивной информации [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://bmsi.ru/>
- Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
- Официальный сайт Олимпийского комитета России [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.olympic.ru/>
- веб-сайт «Спорт» Сайт для учителей и преподавателей физкультуры: – Режим доступа: <http://pculture.ru/>
- сайт «Физкультура для всех»: – Режим доступа: <http://www.fizkultura-vsem.ru/>
- научно-образовательный портал «ФизкультУРА»: – Режим доступа: <http://www.fizkult-ura.ru/>
- сайт Министерства спорта РФ: – Режим доступа: <http://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/>
- национальный портал «Социальная сеть работников образования»: – Режим доступа: <https://nsportal.ru/>
- сайт журнала «Теория и практика физической культуры»: – Режим доступа: <http://www.teoriya.ru/ru>
- Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». [электронный ресурс]: <http://ecsocman.hse.ru/>

## 8.4 Компьютерные обучающие и контролирующие программы

Отсутствуют.

## 8.5 Аудио- и видео-пособия

Отсутствуют.

## 9 Материально-техническое обеспечение дисциплины

<i>Учебные аудитории для проведения учебных занятий и помещения для самостоятельной работы обучающихся</i>	<i>Оборудование и технические средства обучения</i>
аудитория № 423 учебная аудитория для проведения учебных занятий г. Чайковский, ул. Ленина, 67	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;</li> <li>2. Технические средства обучения: проектор, ноутбук, экран.</li> </ol>
аудитория № 212 учебная аудитория для проведения учебных занятий г. Чайковский, ул. Ленина, 67	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;</li> <li>2. Технические средства обучения: компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии)</li> </ol>
аудитория № 207 помещение для самостоятельной работы обучающихся  г. Чайковский, ул. Ленина, д.67.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;</li> <li>2. Технические средства обучения: компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии</li> </ol>

Особенности проведения занятий, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья отражены в Положении об организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.