

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зекрин Фанави Хайбрахманович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.11.2019 11:26:58
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.

«19» __апреля__ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Спортивный маркетинг (Б1.О.33)

Направление подготовки	<i>49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм</i>
Направленность (профиль) программы бакалавриата	<i>«Менеджмент рекреации и туризма»</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2019</i>
Форма обучения, семестр	<i>очная: 1,2 семестр заочная: 1,2 семестр</i>
Трудоёмкость по рабочему учебному плану	<i>зачетных единиц: 6 часов: 216</i>
Промежуточная аттестация	<i>зачет, экзамен</i>

Чайковский, 2019

Разработчик рабочей программы Шорохова Л.Б., к.п.н., доцент

Рецензент Борина Ю.Ю., к.п.н., доцент

**Рабочая программа утверждена на заседании кафедры
Туризма и менеджмента**

«26» марта 2019 г., протокол № 10.

Заведующий кафедрой ТиМ к.э.н., доцент _____ Першина С.В.

Рабочая программа утверждена учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ЧГИФК»

«17» апреля 2019 г., протокол № 9

Секретарь учебно-методического совета к.б.н., доцент _____ Сняк Е.Д.

Рабочая программа дисциплины доступна в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «ЧГИФК», расположенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://eos.chifk.ru/>

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	ОПК-5.1. 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 ОПК-5.2. 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 ОПК-5.3. Владеет методикой формирования осознанного отношения к физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности, к природной среде, мотивационно-ценностных	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 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 Имеет опыт: - владения методикой формирования осознанного отношения к физкультурно-спортивной, рекреационной и туристско-краеведческой деятельности, к природной среде, мотивационно-

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни	ценностных ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни
<p>ОПК-11. Способен проводить исследования по определению эффективности, используемых средств и методов физкультурно-спортивной, в том числе рекреационной и туристской деятельности</p>	<p>ОПК-11.1. Знает основы научной методической деятельности, научную терминологию, принципы, средства, методы и технологию организации научного исследования</p> <p>ОПК-11.2. Умеет разрабатывать и реализовывать программу научного исследования по определению эффективности используемых средств и методов физкультурно-спортивной, в том числе рекреационной и туристской деятельности</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Имеет опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организации и проведения научного эксперимента в сфере физической культуры и спорта с использованием апробированных методик; - организации и проведения научного эксперимента в

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
		рекреационной и туристской деятельности использованием апробированных методик; - обработки и анализа результатов исследования; - обобщения и оформления результатов исследования; - применения средств и методов определения эффективности в физкультурно-спортивной деятельности; - применения средств и методов определения эффективности в 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 3	108 3	216 6
		<i>в академических часах</i>		
		<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	Всего				
<i>1 семестр</i>									
	Раздел 1. Основы спортивного маркетинга	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	
ИТОГО (1 семестр):			16	32	32	60	108		
<i>2 семестр</i>									
Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта		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	5/5	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	4/4	14	УО-1,4 ИС-2	
2.3	План маркетинга	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	4/4	14	УО-1,4 ИС-2	
2.4	Стратегия спортивного маркетинга	ОПК-5.2 ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	4/2	12	УО-1,4 ИС-2	ТТ ННТ
2.5	Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	4/2	12	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	4/4	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	4/4	14	УО-1,4 ИС-2	
2.8	Урегулирование споров	ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	4	6	4/2	12	УО-1,4 ПР-1 ИС-2	
ИТОГО (2 семестр):			16	32	48	33/27	108		
ИТОГО (по курсу):			16	64	80	109/27	216		

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	Всего				
<i>1 семестр</i>									
Раздел 1. Основы спортивного маркетинга		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-11.1 ОПК-11.2	4	6	10	94/4	108	УО-1,3,5 ПР-1	ТТ ННТ
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	12/1	13/1	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	13/1	15/1	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	10/1	11/1	УО-1,3,5	ТТ ННТ
1.8	Рекламная кампания	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	2	2	12/1	14/1	УО-1,3,5 ПР-1	
ИТОГО (1 семестр):			4	6	10	94/4	104/4		
<i>2 семестр</i>									
Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-11.1 ОПК-11.2	2	6	8	91/9	108	УО-1,4 ПР-1	ТТ ННТ
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	11,5/1	13/1	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	12,5/1	14/1	УО-1,4	

2.3	План маркетинга	ОПК-11.1 ОПК-11.2	0,5	-	0,5	11,5/1	12/1	УО-1,4	
2.4	Стратегия спортивного маркетинга	ОПК-5.2 ОПК-11.1 ОПК-11.2	0,5	-	0,5	11,5/1	12/1	УО-1,4	ТТ ННТ
2.5	Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	11/1	12/1	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	11/1	12/1	УО-1,4	
2.7	Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	11/1	12/1	УО-1,4	
2.8	Урегулирование споров	ОПК-11.1 ОПК-11.2	-	1	1	11/2	12/2	УО-1,4 ПР-1 ПР-2	
ТОГО (2семестр):			2	6	8	91/9	99/9		
ИТОГО (по курсу):			6	12	18	185	216		

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"> занятия лекционного типа; занятия семинарского типа. <p><i>ННТ – неимитационные неигровые технологии:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> разбор конкретных ситуаций; технологии развития критического мышления (составление глоссария); работа в малых группах. 	<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 – балльно-рейтинговая система</p>

5.3 Содержание разделов и тем учебной дисциплины

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

<i>Раздел, темы</i>	<i>Содержание</i>
1	<i>Раздел 1. Основы спортивного маркетинга</i>
	<i>Тема Основные понятия и определения спортивного маркетинга</i>
1.1	<i>Занятие лекционного типа 1. Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга.</i>
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 1-2. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: 1. Оценка факторов макросреды. 2. Оценка поставщиков. 3. Изучение мотивов потребителей.</i>
	<i>Самостоятельная работа. Составить план-конспект доклада по вопросам темы.</i>

	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>
	<i>Занятие лекционного типа 2.</i> Основные функции и задачи спортивного маркетинга. Виды спортивного маркетинга. Комплекс спортивного маркетинга.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 3-4.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Спрос. Величина спроса. Функции спроса. Построение кривой спроса. Анализ спроса.
	<i>Самостоятельная работа.</i> 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>
	<i>Занятие лекционного типа 3.</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.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 5-6.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Товар. Товарная политика. Оценка конкурентоспособности товара. Разработка комплекса маркетинга. Анализ жизненного цикла товара.
	<i>Самостоятельная работа.</i> 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>
	<i>Занятие лекционного типа 4.</i> Основные понятия сегментации рынка. Этапы и виды сегментации рынка в сфере физической культуры и спорта. Критерии сегментации рынка спортивных услуг.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 7-8.</i> 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.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка презентации и доклада по вопросам: Целевая аудитория. Демографическая сегментация. Психографическая сегментация. Подготовка к зачету.
1.5	<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>
	<i>Занятие лекционного типа 5.</i> Основные понятия, и определения. Исторические аспекты возникновения и развития рекламы. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 9- 10.</i> 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>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к зачету.
1.6	<i>Тема Правовые основы рекламы в сфере спорта</i>
	<i>Занятие лекционного типа 6.</i> Общие требования к рекламе в сфере физической культуры и спорта. Особенности скрытой рекламы. Недобросовестная реклама.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 11-12.</i> Работа с нормативно-правовой документацией: товарный знак, знаки собственности в сфере ФК и С. Прогнозирование спроса на спортивные услуги и анализ деятельности спортивного

	<p>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>
1.7	<p><i>Тема Особенности создания рекламного обращения</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 7.</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.</p> <p><i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 13-14.</i> 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>
1.8	<p><i>Тема Рекламная кампания</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 8.</i> Бюджет рекламной кампании. Комплекс рекламных мероприятий в составе рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании.</p> <p><i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 15-16.</i> 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> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций. Подготовка к зачету.</p>
2	<p>Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта</p> <p><i>Тема Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта</i></p>
2.1	<p><i>Занятие лекционного типа 9.</i> Характеристика спортивных товаров и услуг. Анализ рынка спортивных товаров и услуг. Жизненный цикл товаров и услуг в сфере физической культуры и спорта.</p> <p><i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 17-18.</i> Анализ факторов, влияющих на функционирование рынка. Модели проведения анализа макроокружения. Выбор стратегии развития на рынке.</p> <p><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.</p>
2.2	<p><i>Тема Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта</i></p> <p><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.</p> <p><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.</p> <p><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</p>

	<p>потребителем. Хранение спортивного товара на складах, его транспортировка. Прямой или косвенный канал поставки спортивных товаров. Подготовка к экзамену.</p>	
2.3	<p><i>Тема План маркетинга</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 11.</i> Цели и стратегии спортивного маркетинга, ценообразование. Распространение спортивных товаров и услуг, стимулирование продаж. Послепродажное обслуживание спортивных товаров, реклама.</p> <p><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.</p> <p><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.</p>	
	<p><i>Тема Стратегия спортивного маркетинга</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 12.</i> Стратегический спортивный маркетинг. Международный спортивный маркетинг и глобализация. Стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.</p> <p><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.</p> <p><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.</p>	
	2.4	<p><i>Тема Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 13.</i> Общая характеристика трансфертной системы. Временный перевод спортсмена к другому работодателю. Особенности регулирования международных переходов (трансфертов) спортсменов.</p> <p><i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 25-26.</i> Разбор конкретных ситуаций в трансфертной системе. Составление кроссвордов по ключевым понятиям спортивного маркетинга.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>
2.5	<p><i>Тема Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 14.</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.</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>	
	2.6	<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>
	2.7	

	<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 лекционного типа 16.</i> Общая характеристика спортивных споров. Разрешение спортивных споров. Участие спортивных профсоюзов в урегулировании спортивных споров.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 31-32.</i> 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.

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

<i>Раздел, темы</i>	<i>Содержание</i>
1	<i>Раздел 1. Основы спортивного маркетинга</i>
1.1	<i>Тема Основные понятия и определения спортивного маркетинга</i>
	<i>Занятие лекционного типа 1.</i> Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга. <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.
1.2	<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга</i>
	<i>Занятие лекционного типа 1.</i> Основные функции и задачи спортивного маркетинга. Виды спортивного маркетинга. Комплекс спортивного маркетинга. <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.
1.3	<i>Тема Маркетинговые исследования в спорте</i>
	<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. <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.
1.4	<i>Тема Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта</i>
	<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.
	<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. <i>Самостоятельная работа.</i> Закрепление материала лекции. Подготовка презентации и

	доклада по вопросам: Целевая аудитория. Демографическая сегментация. Психографическая сегментация. Подготовка к зачету.
1.5	<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>
1.6	<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>
1.7	<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>
1.8	<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> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций. Подготовка к зачету.</p>
2	Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта
2.1	<p><i>Тема Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта</i></p> <p><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.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4.</i> Анализ факторов, влияющих на функционирование рынка. Модели проведения анализа макроокружения. Выбор стратегии развития на рынке.</p> <p><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.</p>

	<p align="center"><i>Тема Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта</i></p> <p><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.</p>
2.2	<p><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.</p> <p><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.</p>
	<p align="center"><i>Тема План маркетинга</i></p>
2.3	<p><i>Занятие лекционного типа 3.</i> Цели и стратегии спортивного маркетинга, ценообразование. Распространение спортивных товаров и услуг, стимулирование продаж. Послепродажное обслуживание спортивных товаров, реклама.</p> <p><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.</p>
	<p align="center"><i>Тема Стратегия спортивного маркетинга</i></p>
2.4	<p><i>Занятие лекционного типа 3.</i> Стратегический спортивный маркетинг. Международный спортивный маркетинг и глобализация. Стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.</p> <p><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.</p>
	<p align="center"><i>Тема Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система</i></p>
2.5	<p><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.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>
2.6	<p align="center"><i>Тема Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий</i></p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</i> Административные правонарушения, связанные с противоправным влиянием на результаты официальных спортивных соревнований.</p> <p>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.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной</p>

	литературой по теме. Подготовка к экзамену.
	<i>Тема Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий</i>
2.7	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) б. 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>
	<i>Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</i>
	<i>Тема Урегулирование споров</i>
2.8	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) б. 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>
	<i>Самостоятельная работа. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</i>

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>			
	<i>Посещение занятий</i>	<i>Текущий контроль</i>	<i>Промежуточная аттестация</i>	
1 Раздел Основы спортивного маркетинга				
Роль спортивного маркетинга в экономическом развитии страны		5	30	
Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга		5		
Маркетинговые исследования в спорте	10	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		
<i>ИТОГО</i>		<i>10</i>	<i>60</i>	<i>30</i>
			100	

Рейтинговая система дисциплины (2 семестр)

Разделы, темы дисциплины	Рейтинговые баллы		
	Посещение занятий	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта			
Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта		5	
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	10	30
Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий		10	
Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий		5	
Урегулирование споров		5	
ИТОГО	10	60	30
		100	

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

№ п.п.	Наименование программного продукта	Рег. номер лицензии	Срок действия лицензии	Назначение программного продукта
1. 1	Операционная система Windows XP Professional	43037028, 62510214, 47472528	Бессрочно	Операционная система
2. 2	Операционная система Windows 7 Professional	62041969, 61014493, 62510214, 61014493, 46300350	Бессрочно	Операционная система
3. 3	Операционная система Windows XP Professional	ОЕМ – предустановленная версия	Бессрочно	Операционная система
4. 4	Пакет офисных программ Microsoft office 2007 Standard	48382521, 62041969, 61543164, 61014493	Бессрочно	Пакет офисных программ
5. 5	Пакет офисных программ Microsoft office 2010 Standard	62686821, 61014493, 64069177, 61554815, 62510214, 61543164	Бессрочно	Пакет офисных программ
6. 3	Stat+ Professional 5.8 (Академическая версия)	Сублицензионный договор №XP000001384 от 24.11.2015 года	Бессрочно	Статистическая обработка данных
7. 4	Kinovea	GPLv2	Бессрочно	Программа видеопроанализа движений
8. 5	Corel VideoStudio Pro X4	Order №:4088013	Бессрочно	Монтаж видео
9. 6	GIMP	GNU GPL	Бессрочно	Графический редактор
10. 7	7-zip	GNU LGPL	Бессрочно	Архиватор
11.	Movie maker	GPLv2	Бессрочно	Монтаж видео

8				
12.9	Project libre	CPAL 1.0	Бессрочно	Управление проектами
13.10	STDUViewer	Соглашение о некоммерческом использовании программного продукта STDUViewer между ООО «Торинж» и ФГБОУ ВО «ЧГИФК»	Бессрочно	Просмотр PDF-документов
14.11	Chrome	ССА 2.5	Бессрочно	Интернет обозреватель
15.12	FireFox	Mozilla Public license 2.0	Бессрочно	Интернет обозреватель
16.13	СПС Консультант-плюс	Договор № РДД220/11 от 28.02.2011 между ФГБОУ ВО «ЧГИФК» и ЗАО «Телеком-Плюс»	Пролонгируется ежегодно	Справочная правовая система
17.14	Операционная система Windows 7 Basic	ОЕМ – предустановленная версия	Бессрочно	Операционная система
18.15	Операционная система Windows 8 для одного языка	ОЕМ – предустановленная версия	Бессрочно	Операционная система
19.16	Операционная система Windows XP Home Basic	ОЕМ – предустановленная версия	Бессрочно	Операционная система
20.18	Яндекс Браузер	GPL	Бессрочно	Интернет обозреватель
21.19	Dartfish	808e3dd5-0f96-3cad-b1a7-9bc5f4a462b0	Бессрочно	Программа видеонализа движений

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>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</i>	<i>Оснащенность специальных помещений</i>	<i>Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты подтверждающего документа</i>
<p>аудитория № 107 учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>г. Чайковский, ул. Ленина, 67</p>	<p>28 посадочных мест Демонстрационное оборудование: интерактивная доска, проектор, ноутбук, аудио колонки Учебное оборудование: учебная доска, стол для лиц с нарушениями опорного аппарата (ОДА)</p>	<p>Операционная система семейства Windows тип лицензии OEM, пакет офисных программ лицензия № 61543164</p>
<p>аудитория № 107–А помещение для индивидуальных консультаций</p> <p>г. Чайковский, ул. Ленина, 67</p>	<p>8 посадочных мест Демонстрационное оборудование: компьютер, аудио колонки</p>	<p>Операционная система семейства Windows тип лицензии OEM, пакет офисных программ лицензия № 61543164</p>
<p>аудитория № 109 (библиотека)</p> <p>г. Чайковский, ул. Ленина, 67</p>	<p>48 посадочных мест Компьютер Lenovo S40-40 – 14 шт. Компьютер Instar Modern – 2 шт. Компьютер Aquarius Pro P30 – 1 шт. Копировальный аппарат WorkCentre – 1 шт. Сканер Canon CanoScan LIDE210- 1шт. Читающая машина Sara CE-1 шт. Принтер Брайля EmBraile ViewPlus -1шт. Тактильный дисплей Брайля Focus 14 Blue – 1шт.</p>	<p>Автоматизированная информационно-библиотечная система «МАРК-SQL» (marc21). Автоматизированная Информационная система «МАРК-SQL» - Internet Лицензионный договор на использование программных средств для автоматизации информационно-библиотечной деятельности № 045/2012-М от 26 апреля 2012г.</p>
<p>аудитория № 111 учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных</p>	<p>32 посадочных места Демонстрационное оборудование: экран, проектор, ноутбук, аудио колонки Учебное оборудование: учебная доска</p>	<p>Операционная система семейства Windows тип лицензии OEM, пакет офисных программ лицензия № 62510214</p>

консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации		
г. Чайковский, ул. Ленина, 67 аудитория № 202 учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых консультаций, промежуточной аттестации	120 посадочных мест Демонстрационное оборудование: экран, проектор, ноутбук, акустическая система «Sven HP» (4 шт.), микрофон, усилитель DVD, беспроводной усилитель Учебное оборудование: учебная доска	Операционная система семейства Windows № лицензии 61014493, пакет офисных программ лицензия № 62510214
г. Чайковский, ул. Ленина, 67 аудитория № 204 аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) и самостоятельной работы	Демонстрационное оборудование: компьютеры (3 шт.)	Операционная система семейства Windows № лицензии 62041969, пакет офисных программ лицензия № 62686821
г. Чайковский, ул. Ленина, 67		

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.