

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зекрин Фанави Хайбрауманович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.11.2023 12:35:34
Уникальный программный ключ:
8d1b39193cdad8918b8873b6591d9ef237c1a2d2

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧАЙКОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И
СПОРТА»
(ФГБОУ ВО «ЧГАФКиС»)

Кафедра Туризма, менеджмента и оздоровительных технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе

к.п.н., доцент Фендель Т.В.

«30» мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Спортивный маркетинг (Б1.О.36)

Направление подготовки	<i>49.03.01 Физическая культура</i>
Направленность (профиль) программы бакалавриата	<i>«Менеджмент в физической культуре и спорте»</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2022</i>
Форма обучения, семестр	<i>очная: 3,4 семестр заочная: 4,5 семестр</i>
Трудоёмкость по рабочему учебному плану	<i>зачетных единиц: 6 часов: 216</i>
Промежуточная аттестация	<i>зачет, экзамен</i>

Разработчик рабочей программы:

Шорохова Л.Б., к.п.н.,
доцент

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры ТМиОТ

Протокол от «19» 04 2022 г. №13

Рабочая программа одобрена на заседании УМС

Протокол от «08» 05 2022 г. №9

1 Цель и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний в области спортивного маркетинга необходимого в деятельности по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров в условиях рыночной экономики.

1.2 Задачи дисциплины

- сформировать представление об основах спортивного маркетинга;
- 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.

2 Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Дисциплина «Спортивный маркетинг» относится к обязательной части блока «Дисциплины».

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

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

Формируемая компетенция	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-6 Способен осознанное занимающихся к спортивной мотивационно-ориентации и установки на ведение здорового образа жизни.	ОПК-6.1 Знает роль, структуру и функции физической культуры и спорта, составляющие здорового образа жизни и факторы их определяющие, механизмы и приемы формирования мотивации на ведение здорового образа жизни. ОПК-6.2 Умеет проводить мероприятия по формированию осознанного отношения занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностных ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни. ОПК-6.3 Владеет методикой формирования осознанного отношения к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностных ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни.

3 Объем дисциплины и виды учебной работы

3.1 Объем дисциплины и виды учебной работы (очная форма обучения)

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах		
		3 семестр	4 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.) / в т.ч. в форме практической подготовки	32/0	32/0	64/27
2	Самостоятельная работа / в том числе подготовка к промежуточной аттестации	60	60/27	120/27
3	Промежуточная аттестация – зачет, экзамен	+ -	- +	+ +
4	Всего трудоемкость дисциплины: <i>в академических часах</i>	108	108	216
	<i>в зачетных единицах</i>	3	3	6

3.2 Объем дисциплины и виды учебной работы (заочная форма обучения)

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах		
		4 семестр	5 семестр	Всего
1	Контактная работа	8	14	22
1.1	Занятия лекционного типа	4	2	6
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.) / в т.ч. в форме практической подготовки	4/0	12/0	16/0
2	Самостоятельная работа / в том числе контрольная работа и подготовка к промежуточной аттестации	100/4	94/24	194/28
3	Промежуточная аттестация – зачет	+	+	+
	экзамен	-	-	+
4	Всего трудоемкость дисциплины: <i>в академических часах</i>	108	108	216
		<i>в зачетных единицах</i>	3	3

4 Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся оформлен как Приложение №1 к рабочей программе дисциплины.

5 Структура и содержание дисциплины

5.1 Модульный тематический план

5.1.1 Модульный тематический план (очная форма обучения)

№ темы	Темы дисциплины	Виды учебной работы и трудоемкость, в часах				Трудоемкость, в часах
		Контактная работа		Самостоятельная работа		
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа			
		всего	в т.ч. в форме практической подготовки			
<i>3 семестр</i>						
1	Основы спортивного маркетинга					
1.1	Основные понятия и определения спортивного маркетинга	2	4	0	8	14
1.2	Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга	2	4	0	8	14
1.3	Маркетинговые исследования в спорте	2	4	0	8	14
1.4	Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	8	14
1.5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	6	12
1.6	Правовые основы рекламы в сфере спорта	2	4	0	6	12
1.7	Особенности создания рекламного обращения	2	4	0	8	14
1.8	Рекламная кампания	2	4	0	8	14
	Итого за 3 семестр:	16	32	0	60	108
<i>4 семестр</i>						
2	Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта					
2.1	Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	4	10
2.2	Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	8	14
2.3	План маркетинга	2	4	0	8	14

2.4	Стратегия спортивного маркетинга	2	4	0	8	14
2.5	Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система	2	4	0	8	14
2.6	Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий	2	4	0	8	14
2.7	Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий	2	4	0	8	14
2.8	Урегулирование споров	2	4	0	8	14
Итого за 4 семестр:		16	32	0	60	108
Итого		32	64	0	120	216

5.1.2 Модульный тематический план (заочная форма обучения)

№ темы	Темы дисциплины	Виды учебной работы и трудоемкость, в часах				Трудоемкость, в часах
		Контактная работа			Самостоятельная работа	
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа.			
			всего	в т.ч. в форме практической подготовки		
4 семестр						
1	Основы спортивного маркетинга					
1.1	Основные понятия и определения спортивного маркетинга	1	0	0	13	14
1.2	Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга	1	0	0	11	12
1.3	Маркетинговые исследования в спорте	1	0	0	13	14
1.4	Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта	1	0	0	13	14
1.5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	0	1	0	13	14
1.6	Правовые основы рекламы в сфере спорта	0	1	0	13	14
1.7	Особенности создания рекламного обращения	0	1	0	13	14
1.8	Рекламная кампания	0	1	0	11	12
Итого за 4 семестр		4	4	0	100	108
5 семестр						
2	Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта					
2.1	Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта	1	1	0	11	13
2.2	Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта	1	1	0	13	15
2.3	План маркетинга	0	2	0	13	15
2.4	Стратегия спортивного маркетинга	0	1	0	10	11
2.5	Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система	0	2	0	13	15
2.6	Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий	0	2	0	13	15
2.7	Преступления, связанные с подготовкой и проведением	0	2	0	11	13

7	физкультурных и спортивных мероприятий					
2. 8	Урегулирование споров	0	1	0	10	11
	Итого за 5 семестр	2	12	0	94	108
	Итого:	6	16	0	194	216

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.

5.2 Содержание разделов и тем учебной дисциплины

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

№ темы	Содержание
<i>3 семестр</i>	
Раздел 1. Основы спортивного маркетинга	
<i>Тема Основные понятия и определения спортивного маркетинга</i>	
1.1	<i>Занятие лекционного типа 1.</i> Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга.
	<i>Занятие семинарского типа (семинар) 1.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: 1. Оценка факторов макросреды. 2. Оценка поставщиков.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 2.</i> Изучение мотивов потребителей.
	<i>Самостоятельная работа:</i> 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.
<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга</i>	
1.2	<i>Занятие лекционного типа 2.</i> Основные функции и задачи спортивного маркетинга. Виды спортивного маркетинга. Комплекс спортивного маркетинга.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 3.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Спрос. Величина спроса. Функции спроса.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4.</i> 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.
<i>Тема Маркетинговые исследования в спорте</i>	
1.3	<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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Товар. Товарная политика. Оценка конкурентоспособности товара.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 6.</i> 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
<i>Тема Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта</i>	
1.4	<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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 7.</i> Оценка эффективности маркетинговой деятельности фирмы с помощью построения многоугольника конкурентоспособности.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 8.</i> 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.
<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>	
1.5	<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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 9.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке спортивной организации.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 10.</i> 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.

	<p align="center"><i>Тема Правовые основы рекламы в сфере спорта</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 6.</i> Общие требования к рекламе в сфере физической культуры и спорта. Особенности скрытой рекламы. Недобросовестная реклама.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 11.</i> Работа с нормативно-правовой документацией: товарный знак, знаки собственности в сфере ФК и С.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 12.</i> 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 align="center"><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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 13.</i> Разработка слоганов по избранному виду спорта на конкретную целевую аудиторию.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 14.</i> 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>
1.7	<p align="center"><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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 15.</i> Рекламная кампания в спортивной организации. Определение комплекса рекламных мероприятий.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 16.</i> 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>
1.8	<p align="center"><i>4 семестр</i></p> <p align="center"><i>Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта</i></p> <p align="center"><i>Тема Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта</i></p> <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 (практическое занятие) 17.</i> Анализ факторов, влияющих на функционирование рынка.</p> <p><i>Занятия семинарского типа (практическое занятие) 18.</i> 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>
2.1	<p align="center"><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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 19.</i> Построение карт позиционирования с выбранными атрибутами. Представить отчет по карте позиционирования с выбранными атрибутами.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 20.</i> Определить позиции конкурентов. Обосновать выбор своей ниши.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Подготовить доклады и презентации по вопросам: Стоимость</p>
2.2	

	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>
2.3	<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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 21.</i> Прогноз объема продаж спортивных товаров и услуг. Планирование производственной и финансовой деятельности.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятия) 22.</i> 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>
	<i>Тема Стратегия спортивного маркетинга</i>
2.4	<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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 23.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Стратегия ценообразования и оценка потребительских предпочтений.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 24.</i> 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>
	<i>Тема Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система</i>
2.5	<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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 25.</i> Разбор конкретных ситуаций в трансфертной системе.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 26.</i> 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>
	<i>Тема Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий</i>
2.6	<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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 27.</i> Разбор конкретных ситуаций по вопросам административных правонарушений, связанных с незаконным использованием спортивной, олимпийской и паралимпийской символики в форме товарных знаков.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 28.</i> Разбор конкретных ситуаций по вопросам административных правонарушений и ответственности.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>
	<i>Тема Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий</i>
	<i>Занятие лекционного типа 15.</i> Экономические преступления. Преступления, посягающие на принцип равенства прав и свобод человека. Преступления, посягающие на общественный

2.7	<p>порядок и безопасность граждан при проведении спортивных мероприятий.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 29.</i> Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 30.</i> 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 style="text-align: center;"><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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 31.</i> Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии, выступления с презентациями.</p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 32.</i> Работа с тестами.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>

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

№ темы	Содержание
<i>4 семестр</i>	
Раздел 1. Основы спортивного маркетинга	
<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> 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.</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> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. 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> 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>
<i>Тема Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта</i>	
1.4	<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>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.</p>
<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>	
1.5	<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. 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.</p> <p><i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к зачету.</p>
<i>Тема Правовые основы рекламы в сфере спорта</i>	
1.6	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 1.</i> Общие требования к рекламе в сфере физической культуры и спорта. Особенности скрытой рекламы. Недобросовестная реклама</p> <p>Работа с нормативно-правовой документацией: товарный знак, знаки собственности в сфере ФК и С. Прогнозирование спроса на спортивные услуги и анализ деятельности спортивного клуба.</p> <p>Расчет показателей лояльности (приверженности) товарным маркам организации.</p> <p><i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по</p>

	<p>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. Преемственность 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) 2.</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>
	<p><i>5 семестр</i></p>
	<p><i>Раздел 2. Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта</i></p>
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>Занятия семинарского типа (практическое занятие) 3.</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 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> <p><i>Занятия семинарского типа (практическое занятие) 3.</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>
2.3	<p><i>Тема План маркетинга</i></p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4.</i> Цели и стратегии спортивного маркетинга, ценообразование. Распространение спортивных товаров и услуг, стимулирование продаж. Послепродажное обслуживание спортивных товаров, реклама. 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>

	<i>Тема Стратегия спортивного маркетинга</i>
2.4	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</i> Стратегический спортивный маркетинг. Международный спортивный маркетинг и глобализация. Стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта. 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.
	<i>Тема Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система</i>
2.5	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5-6.</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.
	<i>Тема Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий</i>
2.6	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 6-7.</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 вопросам административных правонарушений, связанных с незаконным использованием спортивной, олимпийской и паралимпийской символики в форме товарных знаков. Разбор конкретных ситуаций по вопросам административных правонарушений и ответственности. <i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной 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) 7-8.</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.
	<i>Тема Урегулирование споров</i>
2.8	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 8.</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 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 . Рекомендуемая литература

6.1.1 Обязательная литература

1. 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.
2. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2010. - 706с.

3. Слонимская, М. А. Доступный маркетинг: рынок услуг / М. А. Слонимская, Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова. — Минск :Вышэйшая школа, 2021. — 224 с. — ISBN 978-985-06-3314-9. — // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119979.html>

6.1.2 Дополнительная литература

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев, - М.: КНОРУС, 2010.- 680 с.
2. КотлерФ.Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2010.-211 с.
3. КотлерФ.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.
7. Шевченко, Д. А. Продвижение товаров и услуг : практическое руководство / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. — Москва : Дашков и К, 2021. — 372 с. — ISBN 978-5-394-04165-5. — // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107816.html>

6.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационных технологий

6.2.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

<i>№ п.п.</i>	<i>Наименование программного продукта</i>
<i>Лицензионное программное обеспечение</i>	
1.	Операционная система Windows10 Pro
2.	Операционная система Windows 7 Professional
3.	Операционная система Windows 8 Pro
4.	Операционнаясистема Windows 8.1 Pro
5.	Операционнаясистема Windows Server 2008
6.	Операционнаясистема Windows Server 2012
7.	Пакетофисныхпрограмм Microsoft Office 2010 Standard
8.	Пакетофисныхпрограмм Microsoft Office 2013 Standard
9.	Пакетофисныхпрограмм 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 LinuxSpecial 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

6.2.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<i>Электронно-библиотечные системы</i>		<i>Ссылка на ресурс</i>
1.	Электронно-библиотечная система MarcSQL (Электронная библиотека ЧГАФКиС)	http://bibleo.chifk.ru/marcweb2/Default.asp
2.	Электронно-библиотечная система IPRbooks	https://www.iprbookshop.ru/?&a
3.	«Сетевая электронная библиотека вузов физкультуры и спорта» (ООО ЭБС «Лань»)	https://e.lanbook.com/
4.	Сайт Министерства спорта РФ [электронный ресурс]	http://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/
5.	Библиотека международной спортивной информации [электронный ресурс]	http://bmsi.ru/
6.	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [электронный ресурс]	http://ecsocman.hse.ru/
7.	Справочная правовая система «Консультант плюс»	http://www.consultant.ru/

7 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 № 424 учебная аудитория для проведения учебных занятий г. Чайковский, ул. Ленина, д.67.	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: проектор, ноутбук, интерактивная доска, колонки
аудитория № 321 учебная аудитория для проведения учебных занятий г. Чайковский, ул. Ленина, д.67.	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук
аудитория № 212 учебная аудитория для проведения учебных занятий г. Чайковский, ул. Ленина, 67	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии)
аудитория № 207 помещение для самостоятельной работы обучающихся г. Чайковский, ул. Ленина, д.67.	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии