

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зекрин Фархат Хайбулманович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.04.2023 10:35:46
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.

«27»апреля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг фитнес-услуг (Б1.В.10)

Направление подготовки	<i>49.03.01 Физическая культура</i>
Направленность (профиль) программы бакалавриата	<i>«Физкультурно-оздоровительная деятельность и фитнес»</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2023</i>
Форма обучения, семестр	<i>очная: 7 семестр заочная: 7 семестр</i>
Трудоёмкость по рабочему учебному плану	<i>зачетных единиц: 3 часов: 108</i>
Промежуточная аттестация	<i>экзамен, курсовая работа</i>

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

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры ТМиОТ
Протокол от «11»апреля 2023 г.
№12

Рабочая программа одобрена на
заседании УМС
Протокол от «26» апреля 2023 г. №9

Чайковский 2023

1 Цель и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Цель дисциплины - формирование у бакалавров по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура, теоретических и методических основ, необходимых в деятельности по продвижению услуг фитнеса, а также формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

1.2 Задачи дисциплины

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

2 Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Дисциплина «Маркетинг фитнес-услуг» относится к части формируемой участниками образовательных отношений 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 «Маркетинг фитнес-услуг» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой:

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-3 Способен формировать и поддерживать мотивацию у населения к занятиям фитнесом.	ПК-3.1 Знает методику формирования мотивации у населения к занятиям фитнесом. ПК-3.2 Умеет вовлекать население в занятия фитнесом. ПК-3.3 Владеет навыком реализации мероприятий по мотивации населения к занятиям фитнесом.
ПК-4 Способен формировать средства для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом.	ПК-4.1 Знает содержание процесса формирования средств для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом. ПК-4.2 Умеет формировать средства для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом. ПК-4.3 Владеет (имеет опыт) технологией формирования средств для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом.

05.013 «Специалист по продвижению фитнес-услуг» / ОТФ:
А. Организация продвижения фитнес-услуг среди населения

3 Объем дисциплины и виды учебной работы

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

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах	
		7 сем.	Всего
1	Контактная работа	48	48
1.1	Занятия лекционного типа	16	16
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.) / в т.ч. в форме практической подготовки	32/32	32/23
2	Самостоятельная работа / в том числе курсовая работа и подготовка к промежуточной аттестации	60/57	60/57
3	Промежуточная аттестация – экзамен	+	+
4	Всего трудоемкость дисциплины: в академических часах	108	108
		3	3
	в зачетных единицах		

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

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах	
		7 сем.	Всего
1	Контактная работа	14	14
1.1	Занятия лекционного типа	4	4
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.) / в т.ч. в форме практической подготовки	10/8	10/8
2	Самостоятельная работа / в том числе курсовая работа и подготовка к промежуточной аттестации	94/39	94/39
3	Промежуточная аттестация – экзамен	+	+
4	Всего трудоемкость дисциплины: в академических часах в зачетных единицах	108	108
		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			
<i>7 семестр</i>						
1	Основные понятия и определения маркетинга фитнес услуг	2	4	4	8	14
2	Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга фитнес услуг	2	4	4	6	12
3	Маркетинговые исследования в фитнес индустрии	2	4	4	8	14
4	Сегментация рынка в фитнес индустрии	2	4	4	10	16
5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	2	4	4	6	12
6	Правовые основы рекламы в спорте	2	4	4	6	12
7	Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом	2	4	4	6	12
8	Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом	2	4	4	10	16
ИТОГО (7 семестр):		16	32	32	60	108

5.1.2 Модульный тематический план (заочная форма обучения)

№ темы	Темы дисциплины	Виды учебной работы и трудоемкость, в часах				Трудоемкость в часах
		Занятия лекционного типа	Контактная работа		Самостоятельная работа	
			Занятия семинарского типа	Занятия семинарского типа		
		всего	В т.ч. в форме			
<i>7 семестр</i>						
1	Основные понятия и определения маркетинга фитнес услуг	1	1	1	12	14
2	Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга фитнес услуг	1	-	-	12	13
3	Маркетинговые исследования в фитнес индустрии	1	1	1	12	14
4	Сегментация рынка в фитнес индустрии	1	1	1	13	15
5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	-	1	1	12	13
6	Правовые основы рекламы в спорте	-	2	1	11	13
7	Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом	-	2	1	12	14
8	Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом	-	2	2	10	12
ИТОГО (7 семестр):		4	10	8	94	108

5.2 Содержание разделов и тем учебной дисциплины

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

Разделы	Содержание
<i>7 семестр</i>	
1	<i>Тема Основные понятия и определения маркетинга фитнес услуг</i>
	<i>Занятие лекционного типа 1.</i> Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга.
	<i>Занятия семинарского типа (практические занятия) 1,2.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: 1. Оценка факторов макросреды. 2. Оценка поставщиков. 3. 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.
2	<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга фитнес услуг</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 экзамену.
3	<i>Тема Маркетинговые исследования в фитнес индустрии</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.

	<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 экзамену.</p>
4	<p><i>Тема Сегментация рынка в фитнес индустрии</i></p> <p><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.</p> <p><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.</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 экзамену.</p>
	<p><i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 5.</i> Основные понятия, и определения. Исторические аспекты возникновения и развития рекламы. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности.</p> <p><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.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к работе по контрольным вопросам.</p>
	<p><i>Тема Правовые основы рекламы в спорте</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>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 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 работе по контрольным вопросам.</p>
7	<p><i>Тема Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом</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. 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 экзамену.</p>
	<p><i>Тема Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</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 экзамену.</p>

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

Разделы	Содержание
<i>7 семестр</i>	
1	<i>Тема Основные понятия и определения маркетинга фитнес услуг</i>
	<i>Занятие лекционного типа 1.</i> Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 1.</i> Закрепление материала лекции ответы на вопросы <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.
2	<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга фитнес услуг</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 экзамену.
3	<i>Тема Маркетинговые исследования в фитнес индустрии</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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 1.</i> Закрепление материала лекции ответы на вопросы. <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 экзамену.
4	<i>Тема Сегментация рынка в фитнес индустрии</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 занятия) 2.</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 экзамену.
5	<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятия) 2.</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.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к работе по контрольным вопросам.
6	<i>Тема Правовые основы рекламы в спорте</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 3.</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.
	<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 работе по контрольным вопросам.

	<i>Тема Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом</i>
7	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4.</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. <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 экзамену.
	<i>Тема Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</i>
8	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</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. <i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций. 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. 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.
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 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

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.	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>
<p>аудитория № 423 для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>г. Чайковский, ул. Ленина, д.67.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: проектор, ноутбук, экран
<p>аудитория № 421 для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>г. Чайковский,</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук

ул. Ленина, д.67. 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
---	---