

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зекрин Фанави Уайблатманович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.11.2023 08:11:28
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 физкультурно-спортивной деятельности (Б1.В.ДВ.01.02)

Направление подготовки	49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм
Направленность (профиль) программы бакалавриата	«Спортивно-оздоровительный туризм»
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2023
Форма обучения, семестр	очная: 5 семестр заочная: 5 семестр
Трудоёмкость по рабочему учебному плану	зачетных единиц: 2 часов: 72
Промежуточная аттестация	зачет

Разработчик рабочей программы:

Шорохова Л.Б., к.п.н., доцент

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

1 Цель и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся базовых теоретических знаний и практических умений по маркетингу физкультурно-спортивной деятельности, необходимых в работе с различными категориями населения, позволяющие организациям и учреждениям физкультурно-спортивной направленности эффективно функционировать в условиях неопределенности внешней среды, успешно решать долгосрочные стратегические задачи, проникать на новые рынки, представлять на них свои услуги.

1.2 Задачи дисциплины

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

2 Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Дисциплина «Маркетинг физкультурно-спортивной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока «Дисциплины» и являться дисциплиной по выбору.

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 физкультурно-спортивной деятельности» направлен на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой:

Формируемая компетенция	Индикаторы достижения компетенции
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	УК-4.1 Знает систему государственного языка Российской Федерации и иностранного(ых) языка(ов) и основы деловой коммуникации. УК-4.2 Умеет логически и аргументировано строить устную и письменную речь на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). УК-4.3 Владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

3 Объем дисциплины и виды учебной работы

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

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах	
		5 семестр	Всего
1	Контактная работа	36	36
1.1	Занятия лекционного типа	12	12
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.) / в т.ч. в форме практической подготовки	24/0	24/0
2	Самостоятельная работа / в том числе подготовка к промежуточной аттестации	36/0	36/0
3	Промежуточная аттестация – зачет	+	+

4	Всего трудоемкость дисциплины:	<i>в академических часах</i>	72	72
		<i>в зачетных единицах</i>	2	2

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

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах	
		5 семестр	Всего
1	Контактная работа	10	10
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	4/0	4/0
2	Самостоятельная работа / в том числе подготовка к промежуточной аттестации	64/4	64/4
3	Промежуточная аттестация – зачет	+	+
4	Всего трудоемкость дисциплины:		
	<i>в академических часах</i>	72	72
	<i>в зачетных единицах</i>	2	2

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			
1	Основные понятия и определения маркетинга физкультурно-спортивной деятельности	2	4	0	6	12
2	Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга физкультурно-спортивной деятельности	2	4	0	6	12
3	Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	6	12
4	Сегментация рынка в физкультурно-спортивной деятельности	2	4	0	6	12
5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	6	12
6	Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом	2	4	0	6	12
Итого:		12	24	0	36	72

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			
1	Основные понятия и определения маркетинга физкультурно-спортивной деятельности	2	0	0	10	12
2	Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга физкультурно-спортивной деятельности	0	0	0	10	10
3	Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта	0	2	0	10	12
4	Сегментация рынка в физкультурно-спортивной деятельности	0	0	0	12	12
5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	2	0	0	8	10
6	Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом	0	2	0	10	12
	Контроль					4
	Итого:	4	4	0	60	72

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
1	<i>Тема. Основные понятия и определения маркетинга физкультурно-спортивной деятельности</i> <i>Занятие лекционного типа 1.</i> Основные понятия и определения маркетинга, предпосылки становления и развития. Сущность маркетинга физкультурно-спортивной деятельности, его принципы.
	<i>Занятие 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> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Составить словарь основных понятий темы. 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 физкультурно-спортивной деятельности</i> <i>Занятие лекционного типа 2.</i> Основные функции и задачи маркетинга физкультурно-спортивной деятельности. 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. Решение задач.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с основной и дополнительной литературой по теме.
3	<i>Тема. Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта</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.

	<p><i>Занятие 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> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов: Процесс маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований в спорте. Полевые исследования. Кабинетные исследования. Подготовка к зачету.</p>
	<p><i>Тема. Сегментация рынка в физкультурно-спортивной деятельности</i></p>
4	<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>Занятие 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 основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка презентации и доклада по вопросам: Целевая аудитория. Демографическая сегментация. Психографическая сегментация. Подготовка к зачету.</p>
	<p><i>Тема. Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i></p>
5	<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. Решение задач.</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>
	<p><i>Тема Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом</i></p>
6	<p><i>Занятие лекционного типа 6.</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 (практические занятия) 11-12.</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 основной и дополнительной литературой по теме. Разработать тесты по ключевым понятиям всех тем дисциплины на 30 понятий. Подготовка к зачету.</p>

5.2.2 Содержание тем учебной дисциплины (заочная форма обучения)

№ темы	Содержание
1	<p><i>Тема. Основные понятия и определения маркетинга физкультурно-спортивной деятельности</i></p> <p><i>Занятие лекционного типа 1.</i> Основные понятия и определения маркетинга, предпосылки становления и развития. Сущность маркетинга физкультурно-спортивной деятельности, его принципы.</p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Составить словарь основных понятий темы. Подготовить доклады и презентации по темам: Активы и ресурсы маркетинга. Бренд и брендинг. Дизайн. Имидж и эмоциональный маркетинг.</p>
2	<p><i>Тема. Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга физкультурно-спортивной деятельности</i></p> <p><i>Самостоятельная работа.</i> Работа с основной и дополнительной литературой по теме.</p>
3	<p><i>Тема. Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта</i></p> <p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 1.</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 основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов: Процесс маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований в спорте. Полевые исследования. Кабинетные исследования. Подготовка к зачету.</p>
4	<p><i>Тема. Сегментация рынка в физкультурно-спортивной деятельности</i></p>

	<i>Самостоятельная работа.</i> Основные понятия сегментации рынка. Этапы и виды сегментации рынка в сфере физической культуры и спорта. Критерии сегментации рынка спортивных услуг. Работа с 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>
5	<i>Занятие лекционного типа 2.</i> Основные понятия, и определения. Исторические аспекты возникновения и развития рекламы. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности. <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.
	<i>Тема Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом</i>
6	<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. <i>Самостоятельная работа.</i> Работа с основной и дополнительной литературой по теме. Разработать тесты по ключевым понятиям всех тем дисциплины на 30 понятий. Подготовка к зачету.

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. Маркетинг: учебное пособие для бакалавров / С.В. Карпова [и др.]; под общей ред. С.В. Карповой. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 473 с.
4. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник М.: «Дашков и К», 2012. – 540с.
5. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография 2-е изд., стереотип. – М.: Советский спорт, 2007.-256с.
6. 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

№ п.п.	Наименование программного продукта
<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.	Telegram

6.2.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

	Электронно-библиотечные системы	Ссылка на ресурс
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.lanboo10k.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

Учебные аудитории для проведения учебных занятий и помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оборудование и технические средства обучения
аудитория № 423 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: проектор, ноутбук, экран.
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).

<p>аудитория № 207 помещение для самостоятельной работы обучающихся</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: компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.
---	---