

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Зекрин Фанави Хайбрахманович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.11.2023 11:07:20  
Уникальный программный ключ:  
8d1b39193cdad891868875b6371d9ef237c1a2d2

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

Кафедра Туризма, менеджмента и оздоровительных технологий

**Методические указания по выполнению контрольной работы по  
дисциплине**

**«МАРКЕТИНГ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Для обучающихся по направлению подготовки

49.03. 03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, профиль

«Спортивно-оздоровительный туризм»

Разработчик:  
Шорохова Л.Б., к.п.н.,  
доцент

Рассмотрено на заседании кафедры ТМиОТ  
Протокол от «11» апреля 2023 г. № 12

Чайковский, 2023

Шорохова, Л.Б.

Маркетинг физкультурно-спортивной деятельности: методические указания к выполнению контрольных работ / Л.Б. Шорохова. – Чайковский: ФГБОУ ВО «ЧГАФКиС», 2023. – 18 с.

Настоящее издание является частью учебно-методического комплекса дисциплины «Маркетинг физкультурно-спортивной деятельности».

Методические указания определяют порядок выбора варианта контрольной работы, согласно которого студент выбирает тему, также представлены требования по оформлению и порядку защиты работы.

Методические указания адресованы бакалаврам заочной формы обучения по направлению подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, профиль «Спортивно-оздоровительный туризм».

В методических рекомендациях представлены: структура контрольной работы, ее краткая характеристика; варианты заданий для выполнения контрольной работы; основные требования к оформлению контрольной работы и список рекомендуемых литературных источников.

Рецензент: к.э.н., доцент Сапогова С.В.

© Шорохова Л.Б., 2023

©Чайковская государственная академия физической культуры и спорта, 2023

## Содержание

Введение	4
1. Структура контрольной работы и ее краткая характеристика	5
2. Перечень тем и заданий контрольной работы	7
3. Основные требования к оформлению контрольной работы	10
4. Порядок предоставления и защиты контрольной работы	11
5. Критерии оценки контрольной работы	12
6. Литература	15
Приложение А Образец титульного листа	18
Приложение Б Образец оформления таблиц и рисунков	19
Приложение В Образец оформления цитируемой литературы	20

## Введение

Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине «Маркетинг физкультурно-спортивной деятельности» предназначены для студентов, обучающихся по направлению подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, профиль «Спортивно-оздоровительный туризм».

Самостоятельная работа, является необходимым условием в подготовке выпускника по данному направлению. Важное внимание уделяется самостоятельной работе (подготовка к семинарским занятиям, к контрольным работам, написание рефератов и др.), в процессе выполнения самостоятельной работы лучше усваиваются темы курса, формируются умения грамотно излагать приобретённые знания, преподаватель получает возможность контролировать ход обучения.

Цель выполнения контрольной работы – контроль остаточных знаний и определение умений студентов самостоятельно овладевать какой-либо темой программы. При разработке контрольной работы учитывается вклад дисциплины в формировании ведущих компетенций, указанных в рабочей программе.

Контрольная работа даёт возможность преподавателю и студентам провести независимую форму контроля по результатам образовательного процесса. При выставлении итоговой зачетной оценки учитываются результаты, полученные студентами за выполнение контрольной работы.

Представленные методические материалы позволяют сформировать у студентов представление о содержании заданий, порядке оформления контрольной работы и уровне требований, предъявляемых выпускающей кафедрой.

## **1. Структура контрольной работы и ее краткая характеристика**

Выполнение контрольной работы играет важную роль в процессе образования, так как предполагает самостоятельный анализ студентом разнообразной литературы. В ходе подбора и систематизации материала студент приобретает навыки самостоятельной работы с источниками, осваивает технику научного исследования, закрепляет в памяти полученную информацию и творчески ее перерабатывает. Контрольная работа содержит формы заданий по вариантам и приложения, в которых представлены примеры оформления титульного листа и иллюстративного материала в виде таблиц и рисунков.

### **Требования к контрольной работе**

Написание конспектов и тезисов осуществляется на основе изучения рекомендуемой научной и учебной литературы; текст излагается самостоятельно, дословное заимствование из прочитанной литературы без ссылок на первоисточники не допускается.

Контрольная работа должна содержать следующие части:

- титульный лист;
- содержание;
- основная часть;
- список литературных источников;
- приложения.

Содержание включает в себя перечень заданий контрольной работы.

Основная часть отражает сущность основных вопросов и заданий контрольной работы, основанных на обзоре рекомендуемой литературы, где рассматриваются мнения различных авторов, излагается собственная позиция автора, подтверждаемая убедительной аргументацией. Для написания контрольной работы могут быть использованы монографии, коллективные работы авторов, статьи научных журналов и конференций, справочные и энциклопедические издания, сайты Интернета, а также

нормативно-правовая литература и документация. Работа может включать в себя рассмотрение правовых вопросов, зарубежного опыта по изучаемым вопросам.

Список литературных источников составляется в соответствии с установленными требованиями. В списке литературы указывается используемая для написания контрольной работы литература, составленная в соответствии с ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание». В тексте должны быть ссылки на номер источника в библиографическом списке и на номер страницы в самом источнике. Например, [9, с.17-23].

Если в работе имеются приложения, они оформляются на отдельных листах (после списка литературы), их следует пронумеровать.

Объем контрольной работы должен составлять 10-12 страниц печатного текста (без учета титульного листа, списка литературы и приложений).

### **Правила выбора варианта контрольной работы**

Контрольная работа выбирается по последней цифре номера зачетной книжки (табл. 1).

Таблица 1 – Варианты контрольной работы

Последняя цифра номера зачетной книжки студента	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Номер темы контрольной работы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Выполнение контрольной работы, *не по своему варианту*, к проверке и защите *не допускается!*

## 2. Перечень тем и заданий контрольной работы

Каждый вариант контрольной работы включает три задания (табл. 2):

- два теоретических вопроса, которые выполняются на основе обзора литературы. Основными требованиями при выполнении данных заданий являются раскрытие темы, отражение собственного мнения, наличие ссылок на литературные источники;

- практико-ориентированное задание, подготовить презентацию (20-23 слайда) в программе Microsoft Power Point

### Консультации

Если в процессе выполнения контрольной работы у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы.

Таблица 2 – Перечень тем и заданий контрольной работы

Номер варианта	Вопросы и задания
<b>Вариант -1</b>	1. История развития и предпосылки становления маркетинга. 2. История возникновения маркетинга в России и других странах мира. 3. Подготовьте презентацию на тему: «Исторические аспекты развития маркетинга».
<b>Вариант -2</b>	1. Основные функции и задачи маркетинга физкультурно-спортивной деятельности. Виды спортивного маркетинга. 2. Комплекс спортивного маркетинга. Анализ спроса, построение кривой спроса. 3. Подготовьте презентацию на тему:

	«Виды спортивного маркетинга, анализ спроса, построение кривой спроса».
<b>Вариант -3</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта.</li> <li>2. Основные этапы в планировании и проведении МИ в спорте.</li> <li>3. Подготовьте презентацию на тему: «Методы сбора маркетинговой информации в сфере физической культуры и спорта».</li> </ol>
<b>Вариант -4</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Товар. Товарная политика. Услуги в сфере ФКиС.</li> <li>2. Оценка конкурентоспособности товара.</li> <li>3. Подготовьте презентацию на тему: «Разработка комплекса маркетинга. Анализ жизненного цикла товара».</li> </ol>
<b>Вариант -5</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сегментация рынка в физкультурно-спортивной деятельности.</li> <li>2. Этапы и виды сегментации рынка в сфере физической культуры и спорта.</li> <li>3. Подготовьте презентацию на тему: «Критерии сегментации рынка спортивных услуг».</li> </ol>
<b>Вариант -6</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта.</li> <li>2. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности.</li> <li>3. Подготовьте презентацию на тему: «Спортивная реклама, ее особенности и специфика создания».</li> </ol>
<b>Вариант -7</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом.</li> </ol>



	<p>2. Рекламный слоган и его типы в структуре рекламного обращения.</p> <p>3. Подготовьте презентацию на тему: «Уникальное торговое предложение, как фактор продвижения товаров и услуг на рынке».</p>
<b>Вариант -8</b>	<p>1. Нормы международного права о связях с общественностью.</p> <p>2. Федеральные законы о СМИ, рекламе и т.д.</p> <p>3. Подготовьте презентацию на тему: «Информационный пакет для прессы о сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма».</p>
<b>Вариант -9</b>	<p>1. Исследования, планирование и программирование – основа эффективных маркетинговых технологий.</p> <p>2. Основные этапы процесса стратегического планирования.</p> <p>3. Подготовьте презентацию на тему: «Составляющие процесса управления маркетинговыми технологиями в сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма».</p>
<b>Вариант -10</b>	<p>1. Классификация видов исследований.</p> <p>2. Особенности методики проведения маркетинговых исследований.</p> <p>3. Подготовьте презентацию на тему: «Интернет-технологии в маркетинге, для сферы рекреации и спортивно-оздоровительного туризма».</p>

### 3. Основные требования к оформлению контрольной работы

Требования к оформлению следующие:

Титульный лист работы (см. Приложение А) содержит сведения:

- наименование организации-учредителя;
- наименование учебного заведения;

- наименование факультета;
- наименование кафедры;
- наименование контрольной работы;
- инициалы, фамилия, учебная группа автора;
- инициалы, фамилия, должность руководителя;
- место, дата написания (год) работы.

Текст работы печатается по размерам: левое поле - 3 мм, верхнее, нижнее - 2 мм, правое 1,5 мм; шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14 pt. на листах формата А-4. Выравнивание текста по ширине. Номер страницы ставится внизу страницы по середине, титульный лист не нумеруется.

Текст работы подразделяется на разделы и подразделы.

Написание заголовков и подзаголовков. Заголовки структурных частей работы и заголовки разделов основной части следует располагать в середине строки без точки в конце и печатать прописными буквами (ЗАГЛАВНЫМИ), не подчеркивая. Заголовки подразделов и пунктов печатают строчными буквами (первая - прописная) с абзаца и без точки в конце. Если заголовок включает несколько предложений, то их разделяют точками. Переносы в заголовках не допускаются. Расстояние между заголовками и текстом 2 межстрочных интервала. Каждую структурную часть работы и заголовки разделов основной части необходимо начинать с новой страницы.

Таблицы располагаются после соответствующего текста, нумеруются, номер таблицы и её название размещается по центру.

Иллюстрации (графики, схемы, рисунки) располагаются непосредственно после текста. Названия иллюстраций помещаются под иллюстрацией и нумеруются (см. Приложение Б).

Если в работе один рисунок и одна таблица, то они не нумеруются и не пишутся слова «Таблица», «Рисунок».

Ссылки в тексте допускается приводить порядковым номером по списку источников, выделенных двумя квадратными скобками [].

В список литературных источников включаются все используемые источники: документы, монографии, учебники, статьи, отчетный материал и т.д. Они включают фамилию, инициалы авторов, название, место издания, издательство, дату издания, объем. Источники нумеруются арабскими цифрами в алфавитном порядке (см. Приложение В).

Приложения располагаются в конце контрольной работы.

#### **4. Порядок предоставления и защиты контрольной работы**

Готовую контрольную работу студент сдает преподавателю для проверки не менее чем за 1 неделю до начала экзаменационной сессии. Контрольная работа должна быть выложена в ЭИОС дисциплины с последующим представлением бумажного варианта.

Если контрольная работа выполнена правильно и соответствует предъявляемым требованиям, она допускается к защите. На защите студент должен ответить на вопросы преподавателя. В случае если у преподавателя нет претензий к контрольной работе, она может быть зачтена без защиты.

Студент, не представивший в установленный срок контрольную работу или не защитивший ее, к зачету по дисциплине не допускается.

#### **5. Критерии оценки контрольной работы**

Подготовленная и оформленная в соответствии с требованиями контрольная работа оценивается преподавателем по следующим критериям:

<b>Оценка</b>		<b>Критерии оценки</b>
зачтено	«отлично»	Представлено логичное содержание. Правильно определены основные категории. В заключении сформулированы развернутые, самостоятельные

		<p>выводы по работе. Правильность выбора методов решения задач и выполнения расчетов. Соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов. Работа оформлена в соответствии с требованиями, написана с соблюдением норм литературного языка. Работа сдана в срок.</p>
	«хорошо»	<p>Представлено логичное содержание. Верно определены основные категории. Правильность решения задач и выполнения расчетов. Соответствие выводов решаемым задачам. Работа оформлена в соответствии с разработанными требованиями, написана с соблюдением норм литературного языка. В ней отсутствуют орфографические и пунктуационные ошибки. Допустимы отдельные погрешности стиля. В заключении сформулированы общие выводы. Работа сдана в срок.</p>
	«удовлетворительно»	<p>Представлено логичное содержание. Правильность решения большей части задач и выполнения расчетов. Работа</p>

		оформлена в соответствии с разработанными требованиями, в ней имеются орфографические и пунктуационные ошибки, погрешности стиля. В заключении сформулированы общие выводы. Работа сдана после установленного срока.
Не зачтено	«неудовлетворительно»	Большая часть требований не выполнена

Объективность оценки работы преподавателем заключается в определении ее положительных и отрицательных сторон, по совокупности которых он окончательно оценивает представленную работу.

При положительном заключении работа допускается к защите, о чем делается запись на титульном листе работы или в отзыве, опубликованном в ЭИОС.

При отрицательной рецензии работа возвращается на доработку (с указанием замечаний и рекомендаций) с последующим представлением на повторную проверку с приложением замечаний, сделанных преподавателем.

### **Внимание!**

1. Не допускается сдача заимствованных из сети Internet контрольных работ, в подобном случае работа не принимается к защите и студенту предлагается выполнить контрольную работу по другому варианту.

2. Студент, не подготовивший контрольную работу, считается не выполнившим учебный план и не может быть допущен к зачету.

## 6. Литература

1. Актуальные проблемы физической культуры и спорта: сборник научно-методических трудов профессорско-преподавательского коллектива, аспирантов, соискателей и студентов / Под ред. Т.К. Ким Г.А. Кузьменко. - М.: Прометей, 2013. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS.
2. Алексеев К.А. Средства массовой информации в физической культуре и спорте: учебное пособие / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – СПб.: [б.и.], 2014. – (электр. ресурс).
3. 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. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. - 647 с. – IPRbooks.
4. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев, - М.: КНОРУС, 2010.- 680 с.
5. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей (2-е издание): практическое пособие / Васильева Е.А. – Электрон. текстовые данные. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. – Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
6. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов / Иншакова Н.Г. – Электрон. текстовые данные. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
7. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблшерз, 2010.-211 с.
8. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. -

М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 706 с.

9. Маркетинг: учебное пособие для бакалавров / С.В. Карпова [и др.]; под общей ред. С.В. Карповой. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 473 с.

10. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник М.: «Дашков и К», 2012. – 540с.

11. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография 2-е изд., стереотип. – М.: Советский спорт, 2007.-256с.

12. 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>

13. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учебное пособие - Москва : Аспект Пресс, 2012. – Электронно-библиотечная система IPR BOOKS

14. 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>

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

Кафедра Туризма, менеджмента и оздоровительных технологий

**Контрольная работа**  
по дисциплине

**«МАРКЕТИНГ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

по направлению подготовки  
49.03. 03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, профиль  
«Спортивно-оздоровительный туризм»

Вариант ...

Выполнил студент гр. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(ФИО)

Проверил доцент, к.п.н.

Шорохова Л.Б.

Чайковский, 20\_\_



Таблица 1- Название таблицы

№		
1.		
2.		
3.		

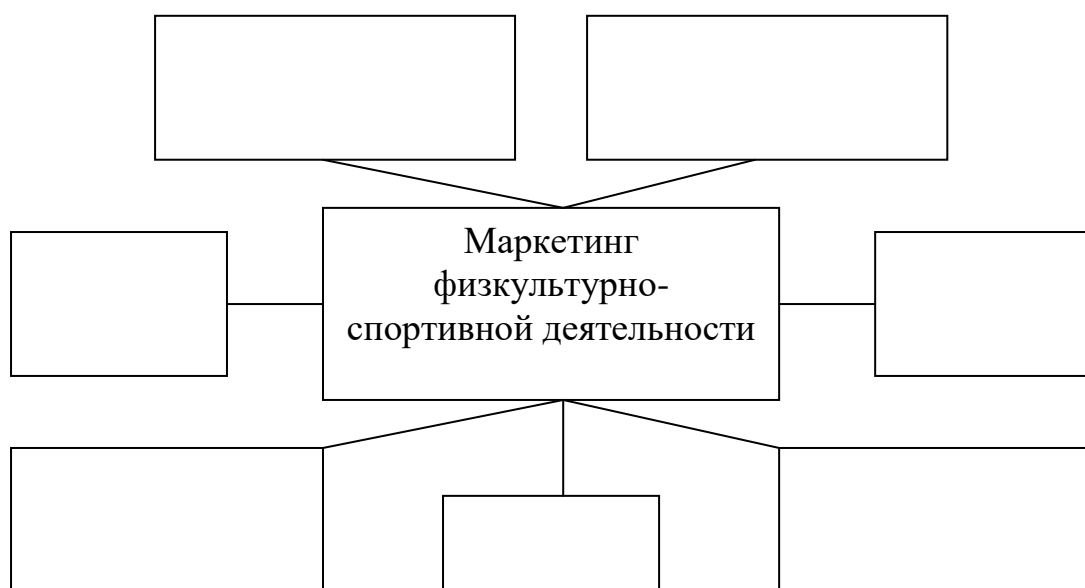


Рисунок 1 - Название рисунка

1. Суворова Г.М. Безопасный отдых и туризм: учебное пособие для академического бакалавриата / Г.М. Суворова [и др.]; ответственный редактор Г.М. Суворова. -2-е изд., исп. и доп.- Москва : Издательствр Юрайт, 2019. – 195 с. – (Университеты России). – ISBN 978-5-534-11091-3.

2. Скобкин, С.С. Менеджмент в туризме: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 445 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс. - ISBN 978-5-534-04468-3

3. Удалова, И.Б. Менеджмент в туристской индустрии : учебное пособие для бакалавров / Удалова И.Б., Удалова Н.А., Машинская Е.А.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 255 с. — ISBN 978-5-394-04360-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102274.html> (дата обращения: 26.10.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 09.03.2021) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». – Москва, 1996. [Электронный ресурс]// URL: - <https://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-24111996-n-132-fz-ob/> (дата обращения: 05.02.22). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Федотов, Ю.Н., Востоков И.Е. Спортивно-оздоровительный туризм [Текст]: учебник / Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков; под ред. В.А. Таймазова, Ю.Н. Федотова. – 2-е изд., испр., и доп. – Москва : Советский спорт, 2008 - 464 с. : ил. - ISBN 978-5-9718-0190-0.

6. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. - 2-е изд. исправ. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 120 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10550-6.