

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Демченко Альберт Михайлович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 04.06.2026 15:19:18
Уникальный программный ключ:
735ac335104bb4cd044a23562564d177d3d81162

**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 УВР
к.п.н., доцент Фендель Т.В.

« 30 » апреля 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг физкультурно-спортивной деятельности (Б1.В.ДВ.01.02)**

Направление подготовки	<i>49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм</i>
Направленность (профиль) программы бакалавриата	<i>«Спортивно-оздоровительный туризм»</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2026</i>
Форма обучения, семестр	<i>очная: 5 семестр заочная: 5 семестр</i>
Трудоёмкость по рабочему учебному плану	<i>зачетных единиц: 2 часов: 72</i>
Промежуточная аттестация	<i>зачет</i>

Разработчик рабочей программы:

Шорохова Л.Б., к.п.н.,
доцент

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры ТМиОТ

Протокол от «14» апреля 2026 г. № 10

Рабочая программа одобрена на заседании УМС

Протокол от «16» апреля 2026 г. № 9

1 Цель и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины является 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 является 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:

Формируемые компетенции	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
		<i>в зачетных единицах</i>	2

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

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах	
		5 семестр	Всего
1	Контактная работа	8	8
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
		<i>в зачетных единицах</i>	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
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа	
			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	12	12
3	Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта	0	2	0	10	12
4	Сегментация рынка в физкультурно-спортивной деятельности	0	0	0	14	14
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
Итого:		4	4	0	64	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> Занятие лекционного типа 1. Основные понятия и определения маркетинга, предпосылки становления и развития. Сущность маркетинга физкультурно-спортивной деятельности, его принципы.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 1-2. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: 1. Оценка факторов макросреды. 2. Оценка поставщиков. 3. Изучение мотивов потребителей.
	Самостоятельная работа: 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> Занятие лекционного типа 2. Основные функции и задачи маркетинга физкультурно-спортивной деятельности. Виды спортивного маркетинга. Комплекс спортивного маркетинга.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 3-4. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Спрос. Величина спроса. Функции спроса. Построение кривой спроса. Анализ спроса. Решение задач.
	Самостоятельная работа: Работа с основной и дополнительной литературой по теме.
3	<i>Тема Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта</i> Занятие лекционного типа 3. 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.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 5-6. Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Товар. Товарная политика. Оценка конкурентоспособности товара.

	<p>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>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 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>Занятия семинарского типа (практические занятия) 11-12.</i> Разработка слоганов по избранному виду спорта на конкретную целевую аудиторию. Разработка рекламного обращения с призывом к занятиям ФКиС, 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
	<p><i>Тема Основные понятия и определения маркетинга физкультурно-спортивной деятельности</i></p>
1	<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>
	<p><i>Тема Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта</i></p>
3	<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>
	<p><i>Тема Сегментация рынка в физкультурно-спортивной деятельности</i></p>
4	<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.</p>

	Подготовка к зачету.
	<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>
5	<i>Занятие лекционного типа</i> 2. 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)</i> 2. 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. – 706 с.
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

4. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев, - М.: КНОРУС, 2010. - 680 с.
5. 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.
6. Маркетинг: учебное пособие для бакалавров / С.В. Карпова [и др.]; под общей ред. С.В. Карповой. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 473 с.
7. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник М.: «Дашков и К», 2012. – 540 с.
8. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография 2-е изд., стереотип. – М.: Советский спорт, 2007. – 256 с.
9. 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.	Kaspersky Endpoint Security 12
2.	Pinnacle Studio 16 Ultimate Corp License (2 -4)
3.	VideoStudio Pro X4 License (1 – 10)
4.	Astra Linux Special Edition

5.	СПС Гарант
6.	MOODL
<i>Свободно распространяемое программное обеспечение</i>	
7.	Яндекс Браузер
8.	Kinovea
9.	STDUViewer
10.	MAX
11.	VLC
12.	PDF 24

6.2.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№ п.п.	Электронно-библиотечные системы	Ссылка на ресурс
1.	Электронно-библиотечная система MarcSQL (Электронная библиотека ЧГАФКиС)	http://bibleo.chgafkis.ru/marcweb2/Default.asp
2.	Электронно-библиотечная система «IPR SMART»	https://www.iprbookshop.ru/
3.	Сайт Министерства спорта РФ [электронный ресурс]	http://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/

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 № 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).
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.