

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Демченко Александр Михайлович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 04.06.2026 09:59:08
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 учебной
и воспитательной работе
к.п.н., доцент Фендель Т.В.

«30» апреля 2026 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>2026</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 «14»апреля 2026 г.
№10

Рабочая программа одобрена на заседании УМС
Протокол от «16»апреля 2026 г.
№9

Чайковский 2026

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:		
		<i>в академических часах</i>	108
		<i>в зачетных единицах</i>	3

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:	108	108
	<i>в академических часах</i>	3	3
	<i>в зачетных единицах</i>		

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			
<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
		Контактная работа			Самостоятельная работа	
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа			
			всего	в т.ч. в форме практической		
<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 темы	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 темы	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.
7	<i>Тема Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической</i>

	<i>культурой и спортом</i>
	<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.
8	<i>Тема Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</i>
	<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. Менеджмент и маркетинг в спорте : учебник / И. В. Солнцев, С. А. Джендубаева, С. Н. Жданкин [и др.] ; под редакцией И. В. Солнцева. — Москва : Прометей, 2024. — 546 с. — ISBN 978-5-00172-663-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/153523.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Методические рекомендации по видам физкультурно-оздоровительных услуг при внедрении стандартов предоставления физкультурно-оздоровительных услуг негосударственными организациями / Т. А. Кравчук, И. Ю. Горская, А. В. Потешкин [и др.]. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2024. — 91 с. — ISBN 978-5-91930-280-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148719.html>
5. 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. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией Л. П. Дашкова. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 251 с. — ISBN 978-5-394-04575-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144087.html>
7. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография 2-е изд., стереотип. – М.: Советский спорт, 2007.-256с.
8. 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>
9. Фарахутдинов, Ш. Ф. Исследование сферы услуг крупного города. Фитнес : монография / Ш. Ф. Фарахутдинов, Л. Л. Мехришвили. — Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2019. — 126 с. — ISBN 978-5-9961-1990-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101444.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/
4.	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 для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и	<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>промежуточной аттестации</p> <p>г. Чайковский, ул. Ленина, д.67.</p>	
<p>аудитория № 421 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: экран, проектор, ноутбук
<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