

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Демченко Альберт Михайлович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 04.06.2026 10:04:05
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 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Спортивный маркетинг (Б1.О.36)

Направление подготовки	<i>49.03.01 Физическая культура</i>
Направленность (профиль) программы бакалавриата	<i>«Менеджмент в физической культуре и спорте»</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2025</i>
Форма обучения, семестр	<i>очная: 3,4 семестр заочная: 5,6 семестр</i>
Трудоёмкость по рабочему учебному плану	<i>зачетных единиц: 6 часов: 216</i>
Промежуточная аттестация	<i>зачет, экзамен</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 теоретических знаний в области спортивного маркетинга, необходимого в деятельности по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров в условиях рыночной экономики.

1.2 Задачи дисциплины

- сформировать представление об основах спортивного маркетинга;
- изучить современные инструменты маркетинговой деятельности по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров;
- освоить современные методы анализа рынка, нахождения ниши рынка для продвижения физкультурно-спортивных услуг и товаров.

2 Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Дисциплина «Спортивный маркетинг» относится к обязательной части 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 «Спортивный маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой:

Формируемая компетенция	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-6 Способен формировать осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни.	ОПК-6.1 Знает роль, структуру и функции физической культуры и спорта, составляющие здорового образа жизни и факторы их определяющие, механизмы и приемы формирования мотивации на ведение здорового образа жизни. ОПК-6.2 Умеет проводить мероприятия по формированию осознанного отношения занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностных ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни. ОПК-6.3 Владеет методикой формирования осознанного отношения к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностных ориентаций и установок на ведение здорового образа жизни.

3 Объем дисциплины и виды учебной работы

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

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах		
		3 семестр	4 семестр	Всего
1	Контактная работа	48	48	96
1.1	Занятия лекционного типа	16	16	32
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.) / в т. ч. в форме практической подготовки	32/0	32/0	64/0
2	Самостоятельная работа / в том числе подготовка к промежуточной аттестации	60/0	60/27	120/27
3	Промежуточная аттестация – зачет, – экзамен	+ -	- +	+ +
4	Всего трудоемкость дисциплины: <i>в академических часах</i> <i>в зачетных единицах</i>	108 3	108 3	216 6

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

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах			
		5 семестр	6 семестр	Всего	
1	Контактная работа	14	8	22	
1.1	Занятия лекционного типа	6	0	6	
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.) / в т.ч. в форме практической подготовки	8/0	8/0	16/0	
2	Самостоятельная работа / в том числе контрольная работа и подготовка к промежуточной аттестации	130/0	64/24	194/24	
3	Промежуточная аттестация – экзамен	-	+	+	
4	Всего трудоемкость дисциплины:	<i>в академических часах</i>	144	72	216
		<i>в зачетных единицах</i>	4	2	6

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)

№ раздела, темы	Разделы, 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			
3 семестр						
1	Раздел Основы спортивного маркетинга					
1.1	Основные понятия и определения спортивного маркетинга	2	4	0	8	14
1.2	Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга	2	4	0	8	14
1.3	Маркетинговые исследования в спорте	2	4	0	8	14
1.4	Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	8	14
1.5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	6	12
1.6	Правовые основы рекламы в сфере спорта	2	4	0	6	12
1.7	Особенности создания рекламного обращения	2	4	0	8	14
1.8	Рекламная кампания	2	4	0	8	14
Итого за 3 семестр:		16	32	0	60	108
4 семестр						
2	Раздел Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта					
2.1	Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	4	10
2.2	Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта	2	4	0	8	14
2.3	План маркетинга	2	4	0	8	14
2.4	Стратегия спортивного маркетинга	2	4	0	8	14
2.5	Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система	2	4	0	8	14
2.6	Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий	2	4	0	8	14
2.7	Преступления, связанные с подготовкой и проведением	2	4	0	8	14

	физкультурных и спортивных мероприятий					
2.8	Урегулирование споров	2	4	0	8	14
	Итого за 4 семестр:	16	32	0	60	108
	Итого:	32	64	0	120	216

5.1.2 Модульный тематический план (заочная форма обучения)

№ раздела, темы	Разделы, 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		
5 семестр						
1	Раздел Основы спортивного маркетинга					
1.1	Основные понятия и определения спортивного маркетинга	1	0	0	17	18
1.2	Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга	1	0	0	17	18
1.3	Маркетинговые исследования в спорте	2	0	0	16	18
1.4	Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта	2	0	0	16	18
1.5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	0	2	0	16	18
1.6	Правовые основы рекламы в сфере спорта	0	2	0	16	18
1.7	Особенности создания рекламного обращения	0	2	0	16	18
1.8	Рекламная кампания	0	2	0	16	18
	Итого за 5 семестр	6	8	0	130	144
6 семестр						
2	Раздел Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта					
2.1	Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта	0	1	0	8	9
2.2	Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта	0	1	0	8	9
2.3	План маркетинга	0	1	0	8	9
2.4	Стратегия спортивного маркетинга	0	1	0	8	9
2.5	Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система	0	1	0	8	9
2.6	Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий	0	1	0	8	9
2.7	Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий	0	1	0	8	9
2.8	Урегулирование споров	0	1	0	8	9
	Итого за 6 семестр	0	8	0	64	72
	Итого:	6	16	0	194	216

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)

№ раздела, темы	Содержание
<i>3 семестр</i>	
1	Раздел Основы спортивного маркетинга
	<i>Тема Основные понятия и определения спортивного маркетинга</i>
1.1	<i>Занятие лекционного типа 1.</i> Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга.
	<i>Занятие семинарского типа (семинар) 1.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: 1. Оценка факторов макросреды. 2. Оценка поставщиков.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 2.</i> 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.
	<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга</i>
1.2	<i>Занятие лекционного типа 2.</i> Основные функции и задачи спортивного маркетинга. Виды спортивного маркетинга. Комплекс спортивного маркетинга.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 3.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Спрос. Величина спроса. Функции спроса.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4.</i> 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 зачету.
	<i>Тема Маркетинговые исследования в спорте</i>
1.3	<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>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Товар. Товарная политика. Оценка конкурентоспособности товара.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 6.</i> Разработка комплекса маркетинга. Анализ жизненного цикла товара.
	<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 зачету
	<i>Тема Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта</i>
1.4	<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.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 7.</i> Оценка эффективности маркетинговой деятельности фирмы с помощью построения многоугольника конкурентоспособности.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 8.</i> Построение карты позиционирования. Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке организации. Стратегии ценообразования потребительских предпочтений.
	<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 зачету.
	<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>
1.5	<i>Занятие лекционного типа 5.</i> Основные понятия, и определения. Исторические аспекты возникновения и развития рекламы. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 9.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке спортивной организации.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 10.</i> 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 зачету.
	<i>Тема Правовые основы рекламы в сфере спорта</i>
1.6	<i>Занятие лекционного типа 6.</i> Общие требования к рекламе в сфере физической культуры и спорта. Особенности скрытой рекламы. Недобросовестная реклама.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 11.</i> Работа с нормативно-правовой документацией: товарный знак, знаки собственности в сфере ФК и С.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 12.</i> 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 зачету.
	<i>Тема Особенности создания рекламного обращения</i>
1.7	<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.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 13.</i> Разработка слоганов по избранному виду спорта на конкретную целевую аудиторию.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 14.</i> Разработка рекламного обращения с призывом к занятиям ФКиС, ЗОЖ. Преemptственность 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 зачету.
	<i>Тема Рекламная кампания</i>
1.8	<i>Занятие лекционного типа 8.</i> Бюджет рекламной кампании. Комплекс рекламных мероприятий в составе рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 15.</i> Рекламная кампания в спортивной организации. Определение комплекса рекламных мероприятий.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 16.</i> 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 зачету.
	<i>4 семестр</i>
2	Раздел Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта
	<i>Тема Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта</i>
2.1	<i>Занятие лекционного типа 9.</i> Характеристика спортивных товаров и услуг. Анализ рынка спортивных товаров и услуг. Жизненный цикл товаров и услуг в сфере физической культуры и спорта.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 17.</i> Анализ факторов, влияющих на функционирование рынка.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 18.</i> Модели проведения анализа макроокружения. Выбор стратегии развития на рынке.
	<i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций: Спорт и маркетинг. Спортивные товары и услуги. Сегментация потребителей в спорте. Анализ рынка спортивных товаров. Анализ рынка спортивных услуг. Контроль в спортивном маркетинге. Спортивные услуги и управление качеством. Инновации и качество. Подготовка к экзамену.
	<i>Тема Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта</i>
2.2	<i>Занятие лекционного типа 10.</i> Определение целевой аудитории потребителей спортивных товаров и услуг. Анализ рыночных отношений в сфере физической культуры и спорта. Анализ конкуренции в сфере физической культуры и спорта. Затраты на производство физкультурно-спортивных услуг.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 19.</i> Построение карт позиционирования с выбранными атрибутами. Представить отчет по карте позиционирования с выбранными атрибутами.
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 20.</i> Определить позиции конкурентов. Обосновать выбор своей ниши.

	<p><i>Самостоятельная работа:</i> Подготовить доклады и презентации по вопросам: Стоимость закупки сырья. Оплата труда персонала. Платежи за коммунальные услуги. Аренда помещений и оборудования. Прочие расходы. Способы продвижения товаров. Реклама в СМИ. Полиграфическая продукция. Проведение рекламных акций. Личные продажи. Составление плана-конспекта. Сбыт продукции. Налаженная связь с потребителем. Хранение спортивного товара на складах, его транспортировка. Прямой или косвенный канал поставки спортивных товаров. Подготовка к экзамену.</p>
	<p style="text-align: center;"><i>Тема План маркетинга</i></p>
2.3	<p><i>Занятие лекционного типа 11.</i> Цели и стратегии спортивного маркетинга, ценообразование. Распространение спортивных товаров и услуг, стимулирование продаж. Послепродажное обслуживание спортивных товаров, реклама.</p>
	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 21.</i> Прогноз объема продаж спортивных товаров и услуг. Планирование производственной и финансовой деятельности.</p>
	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 22.</i> Методы составления прогнозов товарооборота. Алгоритм построения прогноза реализации для спортивных продуктов с сезонным характером продаж.</p>
	<p><i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Разработка плана рекламы. Создание рекламных объявлений. Создание общественного мнения. Подготовка к экзамену.</p>
	<p style="text-align: center;"><i>Тема Стратегия спортивного маркетинга</i></p>
2.4	<p><i>Занятие лекционного типа 12.</i> Стратегический спортивный маркетинг. Международный спортивный маркетинг и глобализация. Стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта.</p>
	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 23.</i> Закрепление материала лекции. Собеседование по вопросам: Стратегия ценообразования и оценка потребительских предпочтений.</p>
	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 24.</i> Методы ценообразования: затратные, рыночные, параметрические. Решение задач по определению методов ценообразования.</p>
	<p><i>Самостоятельная работа:</i> Подготовить доклады по вопросам: Элементы стратегического планирования. Этапы стратегического планирования. Проникновение на рынок. Развитие рынка. Диверсификация. Стратегии дистрибуции. Подготовить доклады по вопросам: Анализ целевых рынков. Тактика маркетинга. Эмоциональная составляющая качества спортивных услуг. Взаимодействие со спортивными рынками. Будущее спортивного маркетинга. Подготовка к экзамену.</p>
	<p style="text-align: center;"><i>Тема Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система</i></p>
2.5	<p><i>Занятие лекционного типа 13.</i> Общая характеристика трансфертной системы. Временный перевод спортсмена к другому работодателю. Особенности регулирования международных переходов (трансфертов) спортсменов.</p>
	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 25.</i> Разбор конкретных ситуаций в трансфертной системе.</p>
	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 26.</i> Составление кроссвордов по ключевым понятиям спортивного маркетинга.</p>
	<p><i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>
	<p style="text-align: center;"><i>Тема Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий</i></p>
2.6	<p><i>Занятие лекционного типа 14.</i> Административные правонарушения, связанные с противоправным влиянием на результаты официальных спортивных соревнований. Административные правонарушения, связанные с незаконным использованием спортивной, олимпийской и паралимпийской символики в форме товарных знаков. Административная ответственность за нарушения.</p>
	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 27.</i> Разбор конкретных ситуаций по вопросам административных правонарушений, связанных с незаконным использованием спортивной, олимпийской и паралимпийской символики в форме товарных знаков.</p>
	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 28.</i> Разбор конкретных ситуаций по вопросам административных правонарушений и ответственности.</p>
	<p><i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</p>

	<i>Тема Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий</i>
2.7	<i>Занятие лекционного типа 15. Экономические преступления. Преступления, посягающие на принцип равенства прав и свобод человека. Преступления, посягающие на общественный порядок и безопасность граждан при проведении спортивных мероприятий.</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 29. Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии.</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 30. Выступления с презентациями.</i>
	<i>Самостоятельная работа: Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</i>
	<i>Тема Урегулирование споров</i>
2.8	<i>Занятие лекционного типа 16. Общая характеристика спортивных споров. Разрешение спортивных споров. Участие спортивных профсоюзов в урегулировании спортивных споров.</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 31. Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии, выступления с презентациями.</i>
	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 32. Работа с тестами.</i>
	<i>Самостоятельная работа: Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.</i>

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

<i>№ раздела, темы</i>	<i>Содержание</i>
<i>5 семестр</i>	
1	Раздел Основы спортивного маркетинга
	<i>Тема Основные понятия и определения спортивного маркетинга</i>
1.1	<i>Занятие лекционного типа 1. Сущность спортивного маркетинга, его принципы. Основные понятия. Предпосылки становления и развития спортивного маркетинга.</i>
	<i>Самостоятельная работа: 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.</i>
	<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс спортивного маркетинга</i>
1.2	<i>Занятие лекционного типа 1. Основные функции и задачи спортивного маркетинга. Виды спортивного маркетинга. Комплекс спортивного маркетинга.</i>
	<i>Самостоятельная работа: Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Разработать тесты по ключевым понятиям 1-2 темы на 20 понятий.</i>
	<i>Тема Маркетинговые исследования в спорте</i>
1.3	<i>Занятие лекционного типа 2. 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>
	<i>Самостоятельная работа: Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов: Процесс маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований в спорте. Полевые исследования. Кабинетные исследования.</i>
	<i>Тема Сегментация рынка в сфере физической культуры и спорта</i>
1.4	<i>Занятие лекционного типа 3. Основные понятия сегментации рынка. Этапы и виды сегментации рынка в сфере физической культуры и спорта. Критерии сегментации рынка спортивных услуг.</i>
	<i>Самостоятельная работа: Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка презентации и доклада по вопросам: Целевая аудитория. Демографическая сегментация. Психографическая сегментация.</i>
	<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>
1.5	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 1. Основные понятия, и определения. Исторические аспекты возникновения и развития рекламы. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности. 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.</i>
	<i>Самостоятельная работа: Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме.</i>

	<i>Тема Правовые основы рекламы в сфере спорта</i>
1.6	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 2.</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.</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.</p>
	<i>Тема Особенности создания рекламного обращения</i>
1.7	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 3.</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 ФКиС, 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.</p>
	<i>Тема Рекламная кампания</i>
1.8	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 4.</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.</p> <p><i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций.</p>
<i>6 семестр</i>	
2	Раздел Анализ рынка в сфере физической культуры и спорта
	<i>Тема Товары и услуги в сфере физической культуры и спорта</i>
2.1	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</i> Характеристика спортивных товаров и услуг. Анализ рынка спортивных товаров и услуг. Жизненный цикл товаров и услуг в сфере физической культуры и спорта. Анализ факторов, влияющих на функционирование рынка. Модели проведения анализа макроокружения. Выбор стратегии развития на рынке.</p> <p><i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций: Спорт и маркетинг. Спортивные товары и услуги. Сегментация потребителей в спорте. Анализ рынка спортивных товаров. Анализ рынка спортивных услуг. Контроль в спортивном маркетинге. Спортивные услуги и управление качеством. Инновации и качество. Подготовка к экзамену.</p>
	<i>Тема Анализ рынка и конкурентов в сфере физической культуры и спорта</i>
2.2	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 5.</i> Определение целевой аудитории потребителей спортивных товаров и услуг. Анализ рыночных отношений в сфере физической культуры и спорта. Анализ конкуренции в сфере физической культуры и спорта. Затраты на производство физкультурно-спортивных услуг. Построение карт позиционирования с выбранными атрибутами. Представить отчет по карте позиционирования с выбранными атрибутами. Определить позиции конкурентов. Обосновать выбор своей ниши.</p> <p><i>Самостоятельная работа:</i> Подготовить доклады и презентации по вопросам: Стоимость закупки сырья. Оплата труда персонала. Платежи за коммунальные услуги. Аренда помещений и оборудования. Прочие расходы. Способы продвижения товаров. Реклама в СМИ. Полиграфическая продукция. Проведение рекламных акций. Личные продажи. Составление плана-конспекта. Сбыт продукции. Налаженная связь с потребителем. Хранение спортивного товара на складах, его транспортировка. Прямой или косвенный канал поставки спортивных товаров. Подготовка к экзамену.</p>
	<i>Тема План маркетинга</i>
2.3	<p><i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 6.</i> Цели и стратегии спортивного маркетинга, ценообразование. Распространение спортивных товаров и услуг, стимулирование продаж. Послепродажное обслуживание спортивных товаров, реклама. Прогноз объема продаж спортивных товаров и услуг. Планирование производственной и финансовой деятельности. Методы составления прогнозов товарооборота. Алгоритм построения прогноза объема реализации для спортивных продуктов с сезонным характером продаж.</p>

	<i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Разработка плана рекламы. Создание рекламных объявлений. Создание общественного мнения. Подготовка к экзамену.
2.4	<i>Тема Стратегия спортивного маркетинга</i> <i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 6.</i> Стратегический спортивный маркетинг. Международный спортивный маркетинг и глобализация. Стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта. Собеседование по вопросам: Стратегия ценообразования и оценка потребительских предпочтений. Методы ценообразования: затратные, рыночные, параметрические. Решение задач по определению методов ценообразования
	<i>Самостоятельная работа:</i> Подготовить доклады по вопросам: Элементы стратегического планирования. Этапы стратегического планирования. Проникновение на рынок. Развитие рынка. Диверсификация. Стратегии дистрибуции. Подготовить доклады по вопросам: Анализ целевых рынков. Тактика маркетинга. Эмоциональная составляющая качества спортивных услуг. Взаимодействие со спортивными рынками. Будущее спортивного маркетинга. Подготовка к экзамену.
2.5	<i>Тема Рынок спортсменов, тренеров и трансфертная система</i> <i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 7.</i> Общая характеристика трансфертной системы. Временный перевод спортсмена к другому работодателю. Особенности регулирования международных переходов (трансфертов) спортсменов. Разбор конкретных ситуаций в трансфертной системе. Составление кроссвордов по ключевым понятиям спортивного маркетинга.
	<i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.
2.6	<i>Тема Административные правонарушения, связанные с маркетингом физкультурных и спортивных мероприятий</i> <i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 7.</i> Административные правонарушения, связанные с противоправным влиянием на результаты официальных спортивных соревнований. Административные правонарушения, связанные с незаконным использованием спортивной, олимпийской и паралимпийской символики в форме товарных знаков. Административная ответственность за нарушения. Разбор конкретных ситуаций по вопросам административных правонарушений, связанных с незаконным использованием спортивной, олимпийской и паралимпийской символики в форме товарных знаков. Разбор конкретных ситуаций по вопросам административных правонарушений и ответственности.
	<i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.
2.7	<i>Тема Преступления, связанные с подготовкой и проведением физкультурных и спортивных мероприятий</i> <i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 8.</i> Экономические преступления. Преступления, посягающие на принцип равенства прав и свобод человека. Преступления, посягающие на общественный порядок и безопасность граждан при проведении спортивных мероприятий. Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии. Выступления с презентациями.
	<i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену.
2.8	<i>Тема Урегулирование споров</i> <i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 8.</i> Общая характеристика спортивных споров. Разрешение спортивных споров. Участие спортивных профсоюзов в урегулировании спортивных споров. Разбор конкретных ситуаций по теме, дискуссии, выступления с презентациями. Работа с тестами
	<i>Самостоятельная работа:</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. 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. – 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. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА - Кросс. Плюс», 1995. -702 с.
7. Маркетинг: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 473 с.
8. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник М.: «Дашков и К», 2012. – 540 с.
9. Степанова, О. Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография 2-е изд., стереотип. – М.: Советский спорт, 2007.-256 с.
10. 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

<i>Электронно-библиотечные системы</i>		<i>Ссылка на ресурс</i>
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.	Библиотека международной спортивной информации [электронный ресурс]	http://bmsi.ru/
5.	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [электронный ресурс]	http://ecsocman.hse.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 № 424 учебная аудитория для проведения учебных занятий</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, интерактивная доска, колонки
<p>аудитория № 321 учебная аудитория для проведения учебных занятий</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 № 212 учебная аудитория для проведения учебных занятий</p> <p>г. Чайковский, ул. Ленина, 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
<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