

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Зекрин Фанави Убайдуллаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 13.03.2024 13:59:47  
Уникальный программный ключ:  
8d1b39193cdad8918b8873b6591d9ef237c1a2d2

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

Кафедра Адаптивной физической культуры и оздоровительных технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе  
к.п.н., доцент Фендель Т.В.

«24» июня 2021г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Маркетинг фитнес-услуг (Б1.В.04)

<b>Направление подготовки</b>	<i>49.03.01 Физическая культура</i>
<b>Направленность (профиль) программы бакалавриата</b>	<i>«Физкультурно-оздоровительная деятельность и фитнес»</i>
<b>Квалификация выпускника</b>	<i>бакалавр</i>
<b>Год начала подготовки (по учебному плану)</b>	<i>2021</i>
<b>Форма обучения, семестр</b>	<i>очная: 7 семестр заочная: 7 семестр</i>
<b>Трудоёмкость по рабочему учебному плану</b>	<i>зачетных единиц: 3 часов: 108</i>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<i>экзамен, курсовая работа</i>

Разработчик рабочей программы      Шорохова Л.Б., к.п.н., доцент

Рецензент                                      Першина С.В., к.п.н., доцент

**Рабочая программа утверждена на заседании кафедры**  
Адаптивной физической культуры и оздоровительных технологий

«22» июня 2021 г., протокол № 18.

Заведующий кафедрой АФКиОТ              к.п.н., доцент              \_\_\_\_\_      Мокрушина И.А.

**Рабочая программа утверждена учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ЧГАФКиС»**  
«23» июня 2021 г., протокол № 11.

Секретарь учебно-методического совета              \_\_\_\_\_      Сабурова Н.Н.

Рабочая программа дисциплины доступна в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «ЧГАФКиС», расположенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://eos.chifk.ru/>

## 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 планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

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	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<i>Профессиональные</i>		
ПК-7 Способен формировать и поддерживать мотивацию у населения к занятиям фитнесом	ПК-7.1 Знает методику формирования мотивации у населения к занятиям фитнесом ПК-7.2 Умеет вовлекать население в занятия фитнесом ПК-7.3 Владеет навыком реализации мероприятий по мотивации населения к занятиям фитнесом	<b>Знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- составляющие здорового образа жизни и факторы, их определяющие;</li><li>- основы организации здорового образа жизни;</li><li>- механизмы и приемы формирования, поддержания и коррекции мотивации.</li></ul> <b>Умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- рассказывать в доступной и увлекательной форме о пользе, значении физической культуры и спорта, основах здорового образа жизни;</li><li>- проводить собеседование, оценивать мотивацию и психологический настрой спортсмена;</li><li>- применять общие (классические) психологические рекомендации по общению, оптимизации психических состояний, самооценки, поддержанию мотивации и др. у занимающихся физкультурно-спортивной деятельностью;</li><li>- формировать у занимающихся установку на здоровый образ жизни и его пропаганду среди окружающих.</li></ul> <b>Имеет опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- проведения с обучающимися теоретических занятий и бесед о пользе, значении физической культуры и спорта,</li></ul>

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
		<p>основах здорового образа жизни, о важности физической подготовки к систематическим занятиям и использовании средств физической культуры и спорта для оптимизации двигательного режима;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- совместного со спортсменами просмотра и обсуждения, кино- и видеоматериалов, в том числе трансляций спортивных соревнований, обучающих и научно-популярных фильмов;</li> <li>- организации встреч, обучающихся с известными спортсменами;</li> <li>- использования приемов агитационно-пропагандистской работы по привлечению населения к занятиям физической культурой и спортом.</li> </ul>
<p>ПК-8 Способен формировать средства для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</p>	<p>ПК-8.1 Знает содержание процесса формирования средств для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</p> <p>ПК-8.2 Умеет формировать средства для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</p> <p>ПК-8.3 Владеет (имеет опыт) технологией формирования средств для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание процесса формирования средств для продвижения фитнес-услуг;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать средства для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</li> </ul> <p><b>Имеет опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владения технологией формирования средств для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</li> </ul>
<p><i>Профессиональный стандарт 05.013 «Специалист по продвижению фитнес-услуг» / ОТФ: А. Организация продвижения фитнес-услуг среди населения.</i></p>		

### 3 Место дисциплины в структуре профессиональной подготовки выпускников

Дисциплина «Маркетинг фитнес-услуг» (Б1.В.04) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока «Дисциплины».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, и/или опыт практической деятельности, сформированные в процессе изучения предшествующих дисциплин/практик: Теория и методика фитнеса: (Теория фитнеса, Теория и методика аэробики), (Теория и методика аквафитнеса, Теория и методика функционального тренинга), (Теория и методика силового тренинга, Восточные оздоровительные системы); Технология анимационных программ, Физическая рекреация, Медико-биологические основы фитнеса, Спортивная адаптология, Фитнес для лиц с ограничениями в состоянии здоровья, Организация и методика групповых фитнес-программ, Физкультурно-оздоровительные методики для женщин разного возраста, Методики закаливания для лиц разного возраста, Учебная практика: ознакомительная, Производственная практика: профессионально-ориентированная, Теория и методика фитнеса (Теория и методика аэробики, Теория и методика аквафитнеса), Технология планирования фитнес-программ, Технология анимационных программ, Массаж, Организация массовых физкультурно-спортивных мероприятий, Фитнес для лиц с ограничениями в состоянии здоровья, Организация и методика групповых фитнес-программ, Физкультурно-оздоровительные методики для женщин разного возраста, Методики закаливания для лиц разного возраста,

Учебная практика: ознакомительная, Производственная практика: профессионально-ориентированная.

Знания, умения и/или опыт практической деятельности, сформированные при изучении дисциплины «Маркетинг фитнес услуг», будут востребованы при изучении последующих дисциплин/практик: Теория фитнеса, Восточные оздоровительные системы, Организация массовых физкультурно-спортивных мероприятий, Физическая рекреация, Педагогическое совершенствование в физкультурно-оздоровительной деятельности, Профессионально-педагогическая деятельность.

#### 4 Объем дисциплины и виды учебной работы

##### 4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы (очная форма обучения)

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах	
		7 семестр	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.)	32	32
2	Самостоятельная работа / в том числе курсовая работа и подготовка к промежуточной аттестации	60/57	60/57
2.1	Курсовая работа	30	30
3	Промежуточная аттестация – экзамен	+	+
4	Всего трудоемкость дисциплины:	108	108
	<i>в академических часах</i>	3	3
	<i>в зачетных единицах</i>		

##### 4.2 Объем дисциплины и виды учебной работы (заочная форма обучения)

№	Виды учебной работы	Трудоемкость в часах	
		7 семестр	Всего
1	Контактная работа	12	12
1.1	Занятия лекционного типа	4	4
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)	8	8
2	Самостоятельная работа / в том числе курсовая работа и подготовка к промежуточной аттестации	96/39	96/39
2.1	Курсовая работа	30	30
3	Промежуточная аттестация – экзамен	9	9
4	Всего трудоемкость дисциплины:	108	108
	<i>в академических часах</i>	3	3
	<i>в зачетных единицах</i>		

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1 Модульный тематический план

#### 5.1.1 Модульный тематический план (очная форма обучения)

№ темы	Темы дисциплины	Индикаторы достижения компетенции	Виды учебной работы и трудоемкость в часах				Трудоемкость в часах	Оценочные средства	Технологии формирования
			Контактная работа			Самостоятельная работа			
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего				
1	Основные понятия и определения маркетинга фитнес услуг	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	2	4	6	8	14	УО-1,4 ИС-2 ПР-5	ТТ ННТ
2	Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга фитнес услуг	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	2	4	6	6	12	УО-1,4 ИС-2 ПР-5	
3	Маркетинговые исследования в фитнес индустрии	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	2	4	6	8	14	УО-1,4,5 ИС-2 ПР-5	ТТ ННТ
4	Сегментация рынка в фитнес индустрии	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	2	4	6	10	16	УО-1,4,5 ИС-2 ПР-5	
5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	2	4	6	6	12	УО-1,4 ИС-2 ПР-5	ТТ ННТ
6	Правовые основы рекламы в спорте	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	2	4	6	6	12	УО-1,4 ИС-2 ПР-5	
7	Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	2	4	6	6	12	УО-1,4,5 ИС-2 ПР-5	ТТ ННТ
8	Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	2	4	6	10	16	УО-1,4,5 ПР-1 ИС-2 ПР-5	
<b>ИТОГО :</b>			<b>16</b>	<b>32</b>	<b>48</b>	<b>60</b>	<b>108</b>		

### 5.1.2 Модульный тематический план (заочная форма обучения)

№ темы	Темы дисциплины	Индикаторы достижения компетенции	Виды учебной работы и трудоемкость в часах				Трудоемкость в часах	Оценочные средства	Технологии формирования
			Контактная работа			Самостоятельная работа			
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего				
1	Основные понятия и определения маркетинга фитнес услуг	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	1	2	3	11	14	УО-1,4 ПР-5	ТТ ННТ
2	Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга фитнес услуг	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	1	-	1	12	13	УО-1,4 ПР-5	
3	Маркетинговые исследования в фитнес индустрии	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	1	1	2	12	14	УО-1,4,5 ПР-5	ТТ ННТ
4	Сегментация рынка в фитнес индустрии	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	-	1	1	14	15	УО-1,4,5 ПР-5	
5	Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	-	1	1	11	12	УО-1,4 ПР-5	
6	Правовые основы рекламы в спорте	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	-	1	1	12	13	УО-1,4 ПР-5	
7	Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	1	2	3	11	14	УО-1,4,5 ПР-5	ТТ ННТ
8	Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом	ПК-7.1, ПК-7.2, ПК-7.3 ПК-8.1, ПК-8.2, ПК-8.3	-	-	1	12	13	УО-1,4,5 ПР-1 ПР-5	
<b>ИТОГО:</b>			<b>4</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>96/39</b>	<b>108</b>		

## 5.2 Образовательные технологии и оценочные средства, используемые при формировании компетенций

<i>Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций</i>	<i>Оценочные средства для аттестации</i>
<p><i>ТТ – традиционные технологии:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• занятия лекционного типа;</li> <li>• занятия семинарского типа.</li> </ul> <p><i>ННТ – неимитационные неигровые технологии:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разбор конкретных ситуаций;</li> <li>• технологии развития критического мышления (составление глоссария);</li> <li>• работа в малых группах.</li> </ul>	<p><i>Устный опрос (УО):</i></p> <p>УО-1 – собеседование;</p> <p>УО-4 – экзамен.</p> <p>УО-5 – доклад, сообщение.</p> <p><i>Письменные работы (ПР):</i></p> <p>ПР-1 – тест, письменный ответ;</p> <p>ПР-5 – курсовая работа.</p> <p><i>Инновационные способы и средства оценки компетенций (ИС):</i></p> <p>ИС-2 – бально-рейтинговая система</p>

## 5.3 Содержание разделов и тем учебной дисциплины

### 5.3.1 Содержание разделов и тем учебной дисциплины (очная форма обучения)

<i>Темы</i>	<i>Содержание</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.
	<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
	<i>Тема Сегментация рынка в фитнес индустрии</i>
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>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.
	<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
	<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>
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>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.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка к экзамену
	<i>Тема Правовые основы рекламы в спорте</i>
6	<i>Занятие лекционного типа 6.</i> Общие требования к рекламе в сфере физической культуры и спорта. Особенности скрытой рекламы. Недобросовестная реклама.
	<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.
	<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 экзамену
	<i>Тема Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом</i>
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>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.
	<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
	<i>Тема Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</i>
8	<i>Занятие лекционного типа 8.</i> Бюджет рекламной кампании. Комплекс рекламных мероприятий в составе рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании.

	<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.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций. Подготовка к экзамену

### 5.3.2 Содержание разделов и тем учебной дисциплины (заочная форма обучения)

<i>Раздел, темы</i>	<i>Содержание</i>
	<i>Тема Основные понятия и определения маркетинга фитнес услуг</i>
1	<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.
	<i>Тема Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга фитнес услуг</i>
2	<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.
	<i>Тема Маркетинговые исследования в фитнес индустрии</i>
3	<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) 2.</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
	<i>Тема Сегментация рынка в фитнес индустрии</i>
4	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 2.</i> Основные понятия сегментации рынка. Этапы и виды сегментации рынка в сфере физической культуры и спорта. Критерии сегментации рынка спортивных услуг.
	<i>Самостоятельная работа.</i> Изучение материала темы. Подготовка презентации и доклада по вопросам: Целевая аудитория. Демографическая сегментация. Психографическая сегментация. Подготовка к экзамену
	<i>Тема Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта</i>
5	<i>Занятие семинарского типа (практическое занятие) 3.</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 экзамену
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 экзамену
	<i>Тема Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом</i> <i>Занятие лекционного типа 2.</i> Структура рекламного обращения, особенности его создания. Рекламный слоган и его типы в структуре рекламного обращения. Уникальное торговое предложение, как фактор продвижения товаров и услуг на рынке. <i>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. Преемственность 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.
7	<i>Тема Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом</i> <i>Самостоятельная работа.</i> Бюджет рекламной кампании. Комплекс рекламных мероприятий в составе рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании. Работа с конспектом, основной и дополнительной литературой по теме. Подготовка докладов и презентаций. Подготовка к экзамену.
8	

## 6. Промежуточная аттестация по дисциплине

### 6.1 Промежуточная аттестация по дисциплине (очная форма обучения)

Учебным планом предусмотрена следующая форма промежуточной аттестации по дисциплине:

- экзамен в 7 семестре.

Критерии выставления экзаменационной оценки соответствуют «Положению о балльно-рейтинговой системе контроля успеваемости студентов ЧГАФКиС».

*Структура итоговой оценки учебной деятельности обучающегося по дисциплине, заканчивающейся промежуточной аттестацией*

<i>Виды учебной деятельности</i>	<i>Процентное соотношение видов учебной деятельности</i>	<i>Сумма абс. баллов</i>
----------------------------------	--	--------------------------

Посещаемость	10 %	10
Текущий контроль (работа на практических занятиях, СР и пр.)	60 %	60
Промежуточная аттестация	30 %	30
<i>Итого</i>	<i>100%</i>	<i>100</i>

*Рейтинговая система дисциплины (1 семестр)*

<i>Разделы, темы дисциплины</i>	<i>Рейтинговые баллы</i>		
	<i>Посещение занятий</i>	<i>Текущий контроль</i>	<i>Промежуточная аттестация</i>
Основные понятия и определения маркетинга фитнес услуг	10	5	30
Функции, задачи, виды и комплекс маркетинга фитнес услуг		5	
Маркетинговые исследования в фитнес индустрии		10	
Сегментация рынка в фитнес индустрии		10	
Основы рекламы в сфере физической культуры и спорта		5	
Правовые основы рекламы в спорте		5	
Особенности создания рекламного обращения для привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом		10	
Рекламная кампания для продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом		10	
<i>ИТОГО</i>	<i>10</i>	<i>60</i>	<i>30</i>
	<b>100</b>		

Перевод рейтинговых баллов, набранных обучающимся, осуществляется согласно представленной ниже таблице.

*Шкала перевода баллов в национальный числовой эквивалент, международную буквенную оценку*

<i>Сумма баллов за текущий контроль и посещаемость</i>	<i>Сумма баллов за промежуточную аттестацию</i>	<i>Сумма условных баллов (процентов)</i>	<i>Зачет /незачет</i>	<i>Числовой эквивалент</i>	<i>Оценка</i>	<i>Буквенное обозначение (Оценка ECTS)</i>
68-70	29-30	97-100	Зачет	5	Отлично	А
66-67	27-28	93-96		5	Очень хорошо	В
56-65	21-26	77-92		4	Хорошо	С
45-55	18-20	63-76		3	Удовлетворительно	D
35-44	15-17	50-62		3	Посредственно	E
20-34	12-14	31-49	Незачет	2	Неудовлетворительно	F <sub>x</sub>
0-19	0-11	0-30		2		F

## **6.2 Промежуточная аттестация по дисциплине (заочная форма обучения)**

Учебным планом предусмотрена следующая форма промежуточной аттестации по дисциплине:

- экзамен в 7 семестре.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится с учетом результатов текущего контроля.

Задолженности по текущему контролю должны быть ликвидированы.

Формы ликвидации задолженностей:

- устная (беседа с преподавателем во время индивидуальных консультаций),
- письменная.

Оценочные материалы и критерии оценивания указаны в фондах оценочных средств и методических материалах дисциплины.

## 7 Перечень основной и дополнительной литературы

### *Основная литература*

1. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2010. - 706с.
2. 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.

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

## 8 Перечень ресурсов информационно-коммуникационных технологий

### 8.1 Перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

<i>№ п.п.</i>	<i>Наименование программного продукта</i>
<i>Лицензионное программное обеспечение</i>	
1.	Операционная система Windows 10 Pro
2.	Операционная система Windows 7 Professional
3.	Операционная система Windows 8 Pro
4.	Операционная система Windows 8.1 Pro
5.	Операционная система Windows Server 2008
6.	Операционная система Windows Server 2012
7.	Пакет офисных программ Microsoft Office 2010 Standard
8.	Пакет офисных программ Microsoft Office 2013 Standard
9.	Пакет офисных программ Microsoft office 2007 Standard
10.	ABBY FineReader 11 Corporate Edition
11.	Kaspersky Endpoint Security 11
12.	Pinnacle Studio 16 Ultimate Corp License (2 -4)
13.	VideoStudio Pro X4 License (1 - 10)
14.	Astra Linux Special Edition
15.	СПС Консультант-плюс
16.	Stat+ Professional 5.8 (Академическая версия)
<i>Свободно распространяемое программное обеспечение</i>	
17.	Яндекс Браузер
18.	Kinovea
19.	STDUViewer
20.	Telegram

## 8.2 Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

- Электронно-библиотечная система MarcSQL (Электронная библиотека ЧГАФКиС) - лицензионный договор на использование программных средств для автоматизации информационно-библиотечной деятельности №045/2012-М от 26.04.2012 г, лицензия действует бессрочно;
- Электронно-библиотечная система IPRbooks – контракт №6900/20 от 06.07.2020, лицензия продлевается ежегодно.

## 7.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://edu.ru/>.
- Официальный сайт Министерства спорта РФ [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.minsport.gov.ru/>
- Библиотека международной спортивной информации [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://bmsi.ru/>
- Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
- Официальный сайт Олимпийского комитета России [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.olympic.ru/>
- веб-сайт «Спорт» Сайт для учителей и преподавателей физкультуры: – Режим доступа: <http://pculture.ru/>
- сайт «Физкультура для всех»: – Режим доступа: <http://www.fizkultura-vsem.ru/>
- научно-образовательный портал «ФизкультУРА»: – Режим доступа: <http://www.fizkult-ura.ru/>
- сайт Министерства спорта РФ: – Режим доступа: <http://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/>
- национальный портал «Социальная сеть работников образования»: – Режим доступа: <https://nsportal.ru/>
- сайт журнала «Теория и практика физической культуры»: – Режим доступа: <http://www.teoriya.ru/ru>
- Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». [электронный ресурс]: <http://ecsocman.hse.ru/>

## 8.4 Компьютерные обучающие и контролирующие программы

Отсутствуют.

## 8.5 Аудио- и видео-пособия

Отсутствуют.

## 9 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 для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: проектор, ноутбук, экран

<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>1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук</p>
<p>г. Чайковский, ул. Ленина, д.67. аудитория № 207 помещение для самостоятельной работы обучающихся</p> <p>г. Чайковский, ул. Ленина, д.67.</p>	<p>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>

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.