

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зекрин Фанави Хайбрахманович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.06.2021 11:03:31
Уникальный программный ключ:
8d1b39193cdad8918b8873b6591d9ef237c1a2d2

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

Кафедра Туризма и менеджмента

**Методические материалы по выполнению и защите курсовой работы по
дисциплине
«Маркетинг фитнес-услуг»**

Для обучающихся заочной формы обучения по направлению подготовки
49.03.01 Физическая культура

Профиль: «Физкультурно-оздоровительная деятельность и фитнес»

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

Рассмотрено на заседании кафедры ТиМ
Протокол от 01.06.2021, № 13

Чайковский 2021

Маркетинг фитнес-услуг: методические рекомендации по выполнению и защите курсовой работы для студентов очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура профиль «Физкультурно-оздоровительная деятельность и фитнес»/Л.Б. Шорохова – г. Чайковский, ФГБОУ ВО «ЧГАФКиС», 2021.– 25 с.

В методических рекомендациях изложены этапы написания, порядок выполнения, тематика и требования, предъявляемые к оформлению курсовой работы по дисциплине «Маркетинг фитнес-услуг». Приведен список литературных источников.

Методические рекомендации разработаны в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура.

Рецензент: к.э.н., доцент кафедры ТиМ Першина С.В.

©Чайковская государственная академия физической культуры и спорта
©Шорохова Л.Б.

Оглавление

| | | |
|----|--|----|
| | Введение | 4 |
| 1. | Структура курсовой работы | 6 |
| 2. | Методические указания по выполнению курсовой работы | 7 |
| 3. | График выполнения курсовой работы | 9 |
| 4. | Формулировка темы курсовой работы | 12 |
| 5. | Требования к объему и оформлению курсовой работы | 13 |
| 6. | Порядок защиты курсовой работы | 15 |
| 7. | Обязанности руководителя курсовой работы | 16 |
| 8. | Оценка курсовой работы | 17 |
| 9. | Ответственность студента | 19 |
| | Литература | 20 |
| | Приложение А. Форма титульного листа курсовой работы по дисциплине Маркетинг фитнес-услуг | 22 |
| | Приложение Б. Форма задания на выполнение курсовой работы по дисциплине Маркетинг фитнес-услуг | 23 |
| | Приложение В. Примерные темы курсовых работ | 24 |

Введение

Курсовая работа – это вид самостоятельной учебной работы студента, направленный на закрепление, углубление и обобщение знаний по изучаемой дисциплине, овладение методами научных исследований, формирование навыков решения творческих задач (проектирования) в ходе курсового исследования по определенной теме. Курсовая работа выполняется студентом в течение семестра под руководством преподавателя (руководителя курсовой работы) и включает систематизированные сведения (теоретическую, аналитическую и проектную части) по установленной тематике.

С позиций учебного процесса **целью курсовой работы** является закрепление и углубление теоретических знаний, приобретенных студентами в процессе изучения дисциплины, и формирование практических навыков.

Практическая цель курсовой работы заключается в выработке у студентов навыков проведения маркетинговых исследований на рынке фитнес индустрии, формирования знаний, умений и навыков по продвижению фитнес-услуг.

Задачи курсовой работы:

- ✓ систематизация, углубление и закрепление теоретических и практических знаний, полученных на аудиторных занятиях;
- ✓ развитие умений и навыков самостоятельной творческой деятельности и технологий работы со специальной учебной и научной литературой, законодательной базой;
- ✓ овладение основами методологии научного исследования при проведении маркетинговых исследований в фитнес индустрии;
- ✓ закрепление методик проведения маркетинговых исследований и способов продвижения фитнес-услуг.

Курсовая работа выполняется на основе самостоятельного изучения и анализа научной литературы в области маркетинга, законодательства РФ, регулирующего сферу фитнес-услуг, а также материалов, собранных в процессе прохождения производственной практики в физкультурно-спортивных организациях, оказывающих услуги фитнеса.

Целью освоения дисциплины «Маркетинг фитнес-услуг» является формирование компетенций в области продвижения фитнес-услуг и адаптации населения к занятиям фитнесом, а также формирования и поддержания мотивации населения к занятиям фитнесом.

1. Структура курсовой работы

Курсовая работа должна состоять из оглавления, введения, трех разделов с разбивкой по подразделам, раскрывающим содержание темы исследования, заключения, списка литературы и приложений. Рекомендуемая структура курсовой работы представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Рекомендуемая структура курсовой работы

| Наименование раздела | Основные аспекты |
|---|--|
| Введение | <ul style="list-style-type: none"> • Актуальность темы исследования; • Предмет исследования; • Объект исследования; • Цель курсового исследования; • Последовательность задач для достижения цели исследования; • Методы исследования; • Информационная база; • Резюме по всем разделам исследования |
| 1. Фитнес индустрия как объект исследования (на основе обзора литературы) | <ul style="list-style-type: none"> • История фитнеса • Обзор фитнес технологий; • Вывод по главе (должен доказывать решение первой задачи курсового исследования) |
| 2. Теоретические аспекты исследуемой темы (на основе обзора литературы) | <ul style="list-style-type: none"> • Маркетинговые исследования (понятие, виды); • Обзор передовой российской и зарубежной практики продвижения фитнес-услуг (особенности маркетинга фитнес-услуг); • Обзор литературы по <i>теме исследования</i>; • Вывод по главе (должен доказывать решение второй задачи курсового исследования) |
| 3. Разработка плана продвижения фитнес-услуг | <ul style="list-style-type: none"> • Обоснование востребованности фитнес-услуг на исследуемом рынке; • План продвижения фитнес-услуг. Расчет бюджета; • Вывод по главе (должен доказывать решение третьей задачи курсового исследования) |
| Заключение | <ul style="list-style-type: none"> • Агрегированные выводы по всем |

| | |
|--|--|
| | задачам курсового исследования; • Оценка достижения цели курсовой работы. |
|--|--|

Конкретная структура (план) курсовой работы уточняется и согласовывается с руководителем.

2. Методические указания по выполнению курсовой работы

Первый раздел курсовой работы «Фитнес индустрия как объект исследования» выполняется на основе обзора учебной, научной и методической литературы в области фитнес индустрии. В этом разделе следует описать историю фитнеса и выполнить краткий обзор фитнес технологий. Вывод по данному разделу курсовой работы должен доказывать решение первой задачи исследования. Например, если первая задача курсового исследования сформулирована как «определить особенности фитнес индустрии», то в выводе должны быть перечислены аспекты, которые отличают фитнес индустрию от отрасли физической культуры и спорта.

Далее студент изучает литературу по организации и проведению маркетинговых исследований для написания теоретической главы. Особое внимание следует уделить изучению передовой российской и зарубежной практики продвижения фитнес-услуг, особенностям маркетинга фитнес-услуг. Вывод по главе должен доказывать решение второй задачи курсового исследования. Например, если вторая задача курсовой работы сформулирована как «выявление наиболее эффективных инструментов продвижения фитнес-услуг», то в выводе следует отразить эти инструменты и указать их преимущества.

Первая и вторая главы курсового исследования пишутся на основе изучения (обзора) литературы, поэтому к подбору литературы необходимо относиться критически, т.к., с одной стороны темпы издания литературы по маркетингу не соответствуют темпам развития теории и практики маркетинга в стране и мире, а с другой - каждый день может появиться новая публикация по теме курсовой работы, не вошедшая в список рекомендуемой литературы. Для изложения исторических аспектов развития фитнеса могут быть использованы поздние публикации, для обзора современных фитнес технологий и инструментов продвижения фитнес-услуг следует изучать новейшую литературу. Количество дополнительных литературных источников (особенно «свежих» научных статей и монографий) является одним из показателей самостоятельной работы студента. С осторожностью следует использовать интернет ресурсы, т.к. курсовое исследование должно базироваться на научных и учебных источниках, официальной статистической информационной базе, подтвержденных статусом автора или сайта.

В ходе работы с литературой студент уточняет и конкретизирует план курсовой работы, самостоятельно вносит изменения и дополнения, но с таким расчетом, чтобы внесенные корректировки способствовали раскрытию темы.

Практика показывает, что обычно студенты начинают писать курсовую работу с введения. Однако рекомендуется начинать работу с существа вопроса, а введение пишется по завершении третьего (проектного) раздела, параллельно с заключением.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, обозначаются предмет и объект исследования, формулируются цель курсовой работы и последовательность задач, которые необходимо решить для достижения поставленной цели. Часто при постановке цели курсовой работы студенты прибегают к формулировке, представленной во введении к данным методическим материалам, однако такой подход к целеполаганию преследует образовательные цели. Студент должен сформулировать цель с позиций предмета и объекта исследования.

Название разделов и подразделов курсовой работы студент формулирует самостоятельно на основе изучения материала по теме исследования, а в случае затруднений – консультируется с преподавателем.

В теоретическом разделе рассматриваются основные понятия избранной темы, посредством обзора литературы излагаются различные научные взгляды и гипотезы по данной проблеме. Обсуждается практическая реализация теоретических взглядов в различных ситуациях. В процессе написания этого раздела **важно сформулировать свое отношение к рассматриваемому вопросу**, попытаться обосновать свою точку зрения. Именно собственная позиция студента в данном вопросе и будет являться одним из показателей его самостоятельности.

В проектном разделе следует разработать план продвижения фитнес-услуг с применением наиболее эффективных инструментов маркетинга, рассчитать бюджет.

В конце каждого раздела должны быть сформулированы выводы по основным позициям рассматриваемых вопросов. Не следует подменять выводы перечнем выполненных работ.

В заключении на основе материалов предыдущих разделов излагаются обобщенные выводы по теме курсовой работы. Выводы должны доказывать, что все поставленные в курсовой работе задачи решены, цель достигнута.

4. Формулировка темы курсовой работы

Желательно, чтобы выбор темы курсовой работы был связан с темой выпускной квалификационной работы. Примерный перечень тем представлен в Приложении В. Студентом может быть предложена инициативная тема, в

этом случае тема должна быть предварительно согласована с руководителем курсовой работы.

5. Требования к объему и оформлению курсовой работы

Объем курсовой работы составляет 25-30 страниц печатного текста. Приложения в объем курсовой работы не считаются. Текст должен быть аккуратно и грамотно напечатан с одной стороны листа белой бумаги формата А-4, шрифт **Times Roman, 14, интервал 1,5**. Текст основной части делят на разделы, подразделы, пункты.

Заголовки разделов располагают симметрично тексту по центру, заголовки подразделов начинают с абзаца. Переносы слов в заголовках не допускаются. Точка в конце заголовка не ставится. Каждый раздел пишется с нового листа. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всей курсовой работы и обозначаться арабскими цифрами с точкой. Например, 1. Подразделы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой. Например, 1.2. (второй подраздел первого раздела). Пункты нумеруются в пределах каждого подраздела. Например, 1.2.3., т. е. третий пункт второго подраздела первого раздела.

Последовательность комплектации курсовой работы: титульный лист (Приложении 1), задание (Приложение 2), график выполнения курсовой работы (Приложение 3), оглавление, введение, главы, заключение, список литературы, глоссарий, приложения. Отзыв научного руководителя, тезисы доклада, научная статья, раздаточный материал, презентация к докладу прилагаются, но не подшиваются к курсовой работе.

Страницы курсовой работы нумеруются арабскими цифрами, номер ставится в правом нижнем углу, отсчет начинается с титульного листа, но на первой странице номер не ставится. Аналогично считаются, но не нумеруются страницы, на которых начинаются главы, введение, заключение и список литературы.

В работе должны быть схемы, таблицы, графики, диаграммы или другие материалы, отражающие результаты работы студента, иллюстрирующие тенденции исследований. Все таблицы, графики, схемы должны быть пронумерованы, иметь названия и ссылки в тексте.

Иллюстрации (кроме таблиц) обозначаются словом «Рисунок», нумеруются последовательно арабскими цифрами в пределах раздела. Номер иллюстрации должен состоять из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, Рисунок 1.2.(второй рисунок первого раздела). Номер иллюстрации помещают ниже самого рисунка. Если в курсовом проекте приведена одна иллюстрация, то ее не нумеруют и слово «Рисунок» не пишут. Иллюстрации должны иметь четкое воспроизведение.

При необходимости иллюстрации снабжают пояснительными данными (под рисуночный текст).

Цифровой материал должен быть логически обобщен и представлен в виде таблиц. Таблицы нумеруются последовательно арабскими цифрами в пределах раздела. В левом верхнем углу помещают надпись «Таблица» с указанием номера таблицы и соответствующим заголовком. Номер таблицы должен состоять из номера раздела и порядкового номера таблицы. Например, Таблица 1.2 (вторая таблица первого раздела). Если в курсовой работе одна таблица, ее не нумеруют и слово «Таблица» не пишут. При переносе таблицы на другой лист пишут в правом верхнем углу: «Продолжение (окончание) табл. 1.2». Заголовки граф таблиц начинаются с прописных букв, подзаголовки – со строчных. Текст в шапке таблицы может быть заменен символами, если они пояснены в тексте курсовой работы. Делить графы по диагонали не рекомендуется. Нумерация граф таблицы не допускается, за исключением случаев, когда в тексте имеются ссылки на них или переноса таблицы на другой лист. При необходимости нумеруются строки. Не допускается отрывать название таблицы и заголовки граф от самой таблицы. В таблице не должно быть пустых граф, если цифровое значение отсутствует, то в графе ставят прочерк или «0» или пишут «нет данных». Не допускается замена кавычками повторяющейся в таблице цифры. Если все показатели в таблице выражены в одной и той же единице измерения, то ее обозначение отражают в названии таблицы, в противном случае единицы измерения указывают в строках и/или графах заголовка.

Формулы и уравнения в курсовой работе следует выделять из текста свободными строками. Формулы (если их более одной) нумеруются арабскими цифрами в пределах раздела. Номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы в разделе. Номер указывают справа на уровне формулы в круглых скобках. Например, (3.1), т. е. первая формула третьего раздела. Расшифровки символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу должны быть приведены непосредственно под формулой. Значение каждого символа дают с новой строки (столбцом) в той последовательности, в которой они приведены в формуле. Первая строка расшифровки должна начинаться со слова «где» (без двоеточия). Все формулы должны иметь в тексте ссылки. Применение машинописных и рукописных символов в одной формуле не допускается. Перенос формулы осуществляется на математическом знаке с обязательным повторением знака во второй строке.

В списке литературы указывается используемая для написания курсовой работы литература, составленная в алфавитном порядке и пронумерованная (см. пример оформления литературы в списке литературы к Методическим указаниям). В тексте должны быть ссылки на номер источника в библиографическом списке и на номер страницы в самом источнике. Например, [4, с.26].

Курсовая работа обязательно должна иметь содержание (оглавление), т.е. перечень всех разделов, подразделов и пунктов, содержащихся в работе, с указанием страниц их начала. В курсовой работе содержание идет сразу после титульного листа и задания. В качестве примера по оформлению оглавления можно использовать оглавление к данным Методическим рекомендациям.

6. Порядок защиты курсовой работы

Готовую курсовую работу студент представляет на проверку руководителю (преподавателю) не менее чем за 2 недели до защиты.

Если работа допущена к защите, следует изучить отзыв руководителя, подготовить 5-7 минутный доклад для защиты, аргументированные ответы на замечания руководителя, изложенные в отзыве.

Если руководитель отмечает существенные недостатки и не допускает работу к защите, курсовая возвращается автору на доработку. В этом случае в курсовую работу следует внести изменения и корректировки. На проверку руководителю сдаются оба варианта: с замечаниями руководителя и исправленная курсовая работа.

Защита курсовых работ является публичным контрольным мероприятием и предполагает присутствие всех заинтересованных лиц. Как правило, защита проходит в студенческой группе.

В процессе защиты студент представляет свою курсовую работу: излагает, подготовленный доклад в рамках установленного регламента (5-7 мин.) с применением электронной презентации, отвечает на вопросы слушателей.

Решение выносит преподаватель.

7. Обязанности руководителя курсовой работы

Руководитель курсовой работы обязан:

- ✓ Оказать практическую помощь студенту в выборе темы и разработке плана выполнения курсовой работы;
- ✓ Выдать задание на курсовую работу;
- ✓ Оказать помощь в выборе методики проведения исследования;
- ✓ Дать квалифицированную консультацию по подбору литературных источников и фактических материалов, необходимых для выполнения курсовой работы;
- ✓ Осуществлять систематический контроль за ходом выполнения курсовой работы в соответствии с разработанным заданием;
- ✓ Дать оценку курсовой работы в соответствии с критериями (отзыв руководителя).

В отзыве руководитель курсовой работы:

- ✓ Обосновывает актуальность темы и научную новизну (при наличии), принципиальное отличие от ранее разработанных аналогов (при наличии);
- ✓ Дает общую оценку содержания курсовой работы с описанием ее отдельных направлений по разделам оригинальности проектных решений, логики переходов от раздела к разделу, обоснованности выводов и предложений и т.п.;
- ✓ Характеризует дисциплинированность студента при выполнении курсовой работы, а также соблюдение им сроков представления отдельных разделов и в целом курсовой работы в соответствии с заданием;
- ✓ Описывает положительные стороны курсовой работы и формулирует замечания по содержанию и оформлению курсовой работы, рекомендации по возможной доработке;
- ✓ Оценивает целесообразность, полученный эффект, дает рекомендации;
- ✓ Дает предварительную оценку курсовой работы.

8. Оценка курсовой работы

Оценка курсовой работы заключается в определении уровня теоретических и практических знаний студента, его умения применять их для решения конкретных задач физкультурно-спортивной организации.

В соответствии с поставленными целями и задачами студент в процессе выполнения курсовой работы должен:

- ✓ Обосновать актуальность темы, ее научную и практическую ценность и значение для управления физкультурно-спортивной организацией и/или сферой физической культуры и спорта;
- ✓ Усовершенствовать свои базовые теоретические знания по выбранной теме в процессе изучения первоисточников (монографий, статей в научных журналах и сборниках, нормативно-правовой документации), а также справочной литературы по избранной теме;
- ✓ Изучить условия деятельности конкретной физкультурно-спортивной организации и характер их влияния на управление и изменение показателей ее работы;
- ✓ Адекватно выбрать метод исследования и собрать необходимые данные (статистический материал и/или данные полевых исследований) для осуществления анализа;
- ✓ Проанализировать собранные данные, используя соответствующие методы обработки и анализа информации;
- ✓ Аргументировано изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам, относящимся к теме;
- ✓ На основе проведенного теоретического исследования и практического анализа сделать собственные выводы и разработать управленческое

- решение, направленное на повышение эффективности работы физкультурно-спортивной организации;
- ✓ Выполнить расчет социально-экономической эффективности от внедрения управленческого решения. Отразить другие виды эффективности присутствующие разработанному управленческому решению;
 - ✓ Оформить курсовую работу в соответствии с требованиями.

Критерии оценивания курсовой работы представлены в табл. 3.

Таблица 3 - Критерии оценки курсовой работы

| Баллы (по БРС) | Оценка | Критерии оценки |
|-------------------|-----------|--|
| 17-20 | «отлично» | <p>Обоснована актуальность темы курсовой работы; Работа имеет элементы исследования, предполагает конкретное исследование; В работе присутствуют: методология, анализ, проектные решения, оценка их эффективности; Список литературы (с соответствующими ссылками) содержит не менее 25 источников, из которых 2 – научные; Ссылки должны охватывать все источники, представленные в списке литературы; В работе присутствуют логические схемы, графики, диаграммы; Существует возможность практического использования результатов работы; Виден личный вклад автора (новые идеи, предложения, глубина анализа); Существует возможность научной публикации и продолжения исследования в выпускной квалификационной работе; Курсовая работа сопровождается удачными приложениями (отчетность физкультурно-спортивной организации, тесты, ситуации, анкеты); Объем работы составляет не менее 30 печатных страниц; Отличная защита курсовой работы с применением современных информационных технологий (даны полные ответы на все поставленные вопросы); К курсовой работе прилагаются рукопись тезисов доклада (1 стр.) или научная статья (4-6 стр.) для последующей публикации.</p> |
| 14-16 | «хорошо» | <p>Обоснована актуальность темы курсовой работы; В работе присутствуют: методология, анализ, проектные решения, оценка их эффективности; Список литературы (с соответствующими ссылками) содержит не менее 25 источников, из которых 2 – научные; Ссылки должны охватывать все источники,</p> |

| | | |
|----------|-----------------------|---|
| | | <p>представленные в списке литературы;</p> <p>В курсовой работе присутствуют логические схемы, графики, диаграммы;</p> <p>Существует возможность практического использования результатов работы;</p> <p>Виден личный вклад автора (новые идеи, предложения, глубина анализа);</p> <p>Существует возможность продолжения исследования в выпускной квалификационной работе;</p> <p>Курсовая работа сопровождается удачными приложениями (отчетность физкультурно-спортивной организации, тесты, ситуации, анкеты);</p> <p>Объем работы составляет не менее 25 печатных страниц;</p> <p>Хорошая защита курсовой работы (даны полные правильные ответы на большую часть вопросов).</p> |
| 10-13 | «удовлетворительно» | <p>Обоснована актуальность темы курсовой работы;</p> <p>В работе присутствуют: обзор литературы по исследуемой проблеме, анализ и проектные решения;</p> <p>Список литературы (с соответствующими ссылками) содержит не менее 20 источников;</p> <p>Ссылки охватывают более половины источников, представленных в списке литературы;</p> <p>Существует возможность практического использования некоторых результатов работы;</p> <p>Курсовая работа выполнена самостоятельно;</p> <p>Существует возможность продолжения исследования в выпускной квалификационной работе;</p> <p>Объем работы составляет не менее 25 печатных страниц;</p> <p>Удовлетворительная защита курсовой работы (студент затрудняется и дает неправильные ответы на более половины вопросов, заданных на защите).</p> |
| Менее 10 | «неудовлетворительно» | <p>Работа выполнена на низком уровне. Допущено более 8 ошибок. Отвечая на вопросы, студент демонстрирует непонимание предмета и отсутствие ориентации в материале.</p> <p>Допущены грубые методологические ошибки. Неточность и примитивность изложения делает текст неясным для восприятия.</p> |

9. Ответственность студента

Руководитель курсовой работы не является ни соавтором, ни редактором курсовой работы, поэтому не должен исправлять все имеющиеся в работе теоретические, методологические, стилистические и другие ошибки.

Рекомендации и замечания руководителя студент должен воспринимать творчески. Он может учитывать их или отклонять по своему усмотрению, т.к. ответственность за теоретически и методологически правильную разработку и освещение темы, качество содержания и оформление курсовой работы полностью лежит на нем, а не на руководителе.

Студент, не представивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее, имеет академическую задолженность и не допускается к экзамену по дисциплине.

Литература

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.

*Приложение А
Форма титульного листа
КР по дисциплине
«Маркетинг фитнес-услуг»*

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЧАЙКОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»

Факультет физической культуры и спорта

Кафедра Туризма и менеджмента

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Маркетинг фитнес-услуг»

на тему «_____»

Выполнил студент группы _____ (Ф.И.О.)

Проверила к.п.н., доцент

Шорохова Л.Б.

г. Чайковский, 20__г.

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЧАЙКОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»

ЗАДАНИЕ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ

по дисциплине _____

Ф.И.О. студента _____

Направление _____ номер группы _____

1. Наименование темы _____

2. Цель и задачи _____

2.1 _____

2.2 _____

3. Содержание пояснительной записки курсовой работы (проекта)

3.1 _____

3.2 _____

3.3 _____

3.4 _____

3.5 _____

4. Срок представления работы (проекта) к защите « _____ » _____ 20__ г.

Руководитель работы (проекта) _____

(подпись, дата)

(фамилия, имя, отчество)

Задание принял к исполнению _____

(подпись, дата)

(фамилия, имя, отчество)

Примерные темы курсовых работ

1. Маркетинг фитнес индустрии, его сущность принципы, основные понятия
 2. Становление и развитие маркетинга фитнеса
 3. Маркетинговые исследования в индустрии фитнеса
 4. Этапы в планировании и проведении маркетинговых исследований в фитнес индустрии
 5. Методы сбора маркетинговой информации в индустрии фитнеса
 6. Процесс маркетинговых исследований в фитнес индустрии
 7. Виды маркетинговых исследований в фитнесе. Полевые исследования. Кабинетные исследования
 8. Сегментация рынка. Этапы и виды сегментации рынка в фитнесе
 9. История возникновения и развития рекламы фитнес-услуг
 10. Виды спортивной рекламы и методы оценки ее эффективности
 11. Общие требования к рекламе в фитнесе
 12. Особенности скрытой рекламы. Недобросовестная реклама в фитнес индустрии
 13. Товарный знак, знаки собственности в индустрии фитнеса
 14. Структура рекламного обращения, особенности его создания для продвижения фитнес-услуг
 15. Рекламный слоган и его типы в структуре рекламного обращения в фитнесе
 16. Уникальное торговое предложение как фактор продвижения фитнес-услуг на рынке
 17. Рекламная кампания фитнес-услуг и оценка её эффективности
 18. Характеристика спортивных товаров и услуг
 19. Анализ рынка фитнес-услуг
 20. Жизненный цикл фитнес-услуг в индустрии фитнеса
 21. Определение целевой аудитории потребителей фитнес-услуг
- Рекомендуется при выборе и формулировке темы курсовой работы основываться на проблеме, исследуемой в рамках ВКР.