

АННОТАЦИЯ
рабочей программы по дисциплине
СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ
основной образовательной программы
по направлению подготовки высшего образования
49.03.01 Физическая культура

Профиль **ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**
квалификация (степень) – бакалавр
форма обучения – очная, заочная

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа учебной дисциплины «Спортивный маркетинг» составлена в соответствии с учебным планом подготовки академических *бакалавров* по направлению 49.03.01 – «Физическая культура» в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью освоения дисциплины (модуля) является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области маркетинга и реализация их в своей профессиональной деятельности.

1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения дисциплины определяются способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Академический бакалавр по направлению подготовки 49.03.01 – «Физическая культура» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем подготовки:

культурно-просветительская деятельность:

— анализировать и обобщать важные проблемы современного развития физической культуры и спорта с использованием средств массовой информации;

— проводить пропагандистские и информационные кампании по вопросам влияния занятий физической культурой на укрепление здоровья, поддержание работоспособности, активного долголетия, привлечения детей и молодежи к занятиям спортом.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Спортивный маркетинг» относится к *вариативной* части. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной форме обучения, на 5 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: *экзамен*. Для успешного освоения дисциплины необходимы

входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам: «Теория и методика ФК».

1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.4.1. В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

общепрофессиональные компетенции:

— способен осуществлять планирование и методическое обеспечение деятельности физкультурно-спортивных организаций, проводить учет и отчетность, руководить работой малых коллективов (ОПК-9);

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ историю, социальную сущность, структуру и функции маркетинга, цели, задачи, основные компоненты, специфику развития маркетингового процесса и рыночной среды (ОПК-9); ✓ способы формирования через средства информации и маркетинговые агентства оценки маркетинговой деятельности (ОПК-9); ✓ основные концепции управления маркетинговой деятельностью по продвижению услуг и товаров (ОПК-9).
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ определять способности и уровень готовности личности включаться в соответствующую маркетинговую деятельность по продвижению услуг и товаров (ОПК-9); ✓ использовать маркетинговую информацию для оценки мнения как части общей культуры (ОПК-9); ✓ устанавливать контакты между рыночными субъектами для построения эффективной маркетинговой деятельности по продвижению услуг и товаров(ОПК-9); ✓ определять внутренний потенциал организаций, управлять маркетинговыми функциями, структурой и степенью влияния внутренних факторов на способность организаций предоставлять услуги и товары(ОПК-9); ✓ проводить маркетинговые и информационные мероприятия, маркетинговую политику для решения проблем с использованием коммуникационных связей (ОПК-9).
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами маркетинговой деятельности в условиях рыночной среды (ОПК-9); ✓ методами и средствами сбора, обобщения и использования маркетинговых исследований и информации, приемами маркетингового контроля (ОПК-9).

1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ *очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего	семестры
--------------------	-------	----------

	часов	5	6	7	8
Аудиторные занятия (всего)	50*				50
В том числе:					
Лекции	20				20
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	30				30
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	58				58
В том числе:					
Изучение теоретического материала	25				25
Анализ литературных и информационных источников	4				4
Подготовка к аудиторной контрольной работе (тестированию)	2				2
Подготовка к текущим контролям	18				18
Подготовка реферата	3				3
Подготовка к экзамену	6				6
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	экзамен				экзамен
Общая трудоемкость	часы	108			108
	зачетные единицы	3			3

* из 50 часов аудиторных занятий 10 часов отводится на интерактивные занятия

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
		7	8	9	10
Аудиторные занятия (всего)	10*				10
В том числе:					
Лекции	4				4
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	6				6
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	98				98
В том числе:					
Контрольная работа	20				20
Изучение теоретического материала	5				5
Анализ литературных и информационных источников	42				42
Подготовка к текущим контролям	16				16
Подготовка реферата	5				5
Подготовка к экзамену	10				10
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	экзамен				экзамен
Общая трудоемкость	часы	108			108
	зачетные единицы	3			3

* из 10 часов аудиторных занятий 2 часа отводится на интерактивные занятия