

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

Профиль **СПОРТИВНЫЕ СООРУЖЕНИЯ И ИНДУСТРИЯ**
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);

профессиональные компетенции:

— способность осуществлять маркетинговую деятельность по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров (ПК-27).

1.4.2. В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	✓ историю, социальную сущность, структуру и функции физической культуры, цели, задачи, основные компоненты, специфику развития маркетингового процесса и рыночной среды (ОПК-9); ✓ способы формирования через средства информации и маркетинговые агентства оценки о физической культуре и спорте как ключевом факторе общественного развития (ПК-27); ✓ основные концепции управления маркетинговой деятельностью по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров (ПК-27).
Уметь:	✓ определять способности и уровень готовности личности включаться в соответствующую маркетинговую деятельность по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров (ОПК-9); ✓ использовать маркетинговую информацию для оценки мнения о физической культуре как части общей культуры и факторе обеспечения здоровья людей (ОПК-9); ✓ устанавливать контакты между рыночными субъектами для построения эффективной маркетинговой деятельности по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров (ПК-27); ✓ определять внутренний потенциал организаций физической культуры и спорта, управлять маркетинговыми функциями, структурой и степенью влияния внутренних факторов на способность организаций предоставлять физкультурно-спортивные услуги и товары (ПК-27); ✓ проводить маркетинговые и информационные мероприятия по вопросам оценки влияния занятий физической культурой на здоровье людей, маркетинговую политику для решения проблем развития физической культуры и спорта с использованием

	коммуникационных связей (ПК-27).
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта в условиях рыночной среды (ПК-27); ✓ методами и средствами сбора, обобщения и использования маркетинговых исследований и информации о достижениях в сфере физической культуры и спорта, приемами маркетингового контроля по привлечению населения к занятиям физической культурой и спортом (ПК-27).

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

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
		5	6	7	8
Аудиторные занятия (всего)	54*				54
В том числе:					
Лекции	10				10
Практические занятия (ПЗ)	44				44
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54				54
В том числе:					
Изучение теоретического материала	20				20
Анализ литературных и информационных источников	4				4
Подготовка к аудиторной контрольной работе (тестированию)	2				2
Подготовка к текущим контролям	18				18
Подготовка реферата	4				4
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 14 часов отводится на интерактивные занятия

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
		7	8	9	10
Аудиторные занятия (всего)	14*			14	
В том числе:					
Лекции	4			4	
Практические занятия (ПЗ)	10			10	
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	94			94	
В том числе:					
Контрольная работа	20			20	
Изучение теоретического материала	6			6	
Анализ литературных и информационных источников	40			40	
Подготовка к текущим контролям	16			16	

Подготовка к экзамену		10			10	
Вид промежуточной аттестации (экзамен)		экзамен			экзамен	
Общая трудоемкость	часы	108			108	
	зачетные единицы	3			3	
* из 14 часов аудиторных занятий 4 часа отводится на интерактивные занятия						