

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы по дисциплине

### Спортивный маркетинг

Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки  
**38.03.02 - Менеджмент**

Квалификация - Бакалавр

Форма обучения – очная/заочная

## 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### 1.1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа «Спортивный маркетинг» составлена в соответствии с учебным планом подготовки *бакалавров* по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» 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 физической культуры и спорта и реализация их в своей профессиональной деятельности.

### 1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

*Бакалавр* по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем подготовки:

**организационно-управленческая деятельность:**

- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

**информационно-аналитическая деятельность:**

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

### 1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Б.1.В.09 «Спортивный маркетинг» относится к Блоку 1 *вариативной* части. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе 7 семестра по очной форме обучения, на 5 курсе 9 семестра по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: *экзамен*. Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам: «Маркетинг», «Спортивный менеджмент»

### 1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.4.1.** В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии спортивной организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ППК-2);
- умением использовать в практической деятельности спортивной организации информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте (ППК-3).

**1.4.2.** В результате изучения дисциплины студент будет:

Знать:	- современные концепции маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности (ППК-2); - основные факторы маркетинговой среды и их воздействие на конъюнктуру рынка физкультурно-спортивных услуг(ППК-3);
--------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные направления, содержание и методы маркетинговой деятельности по проектированию и организации производства услуг в сфере физической культуры и спорта (ППК-3);</li> <li>- основные критерии и этапы сегментирования рынка физкультурно-спортивных услуг (ППК-2);</li> </ul>
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить маркетинговые исследования на рынке физкультурно-спортивных услуг (ППК-3);</li> <li>- оценивать конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга (ППК-3);</li> <li>- осуществлять сегментацию рынка физкультурно-спортивных услуг (ППК-2);</li> <li>-разрабатывать стратегию маркетинговой деятельности организаций физкультурно-спортивной направленности (ППК-2);</li> </ul>
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ методами разработки и реализации маркетинговых программ (ППК-3).</li> <li>- Методами планирования и организации маркетинговой деятельности физкультурно-спортивных организаций (ППК-2).</li> </ul>

### 1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

#### *очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
		5	6	7	8
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>70*</b>			<b>70</b>	
В том числе:					
Лекции	28			28	
Практические занятия (ПЗ)	6			6	
Семинары (С)	36			36	
Лабораторные работы (ЛР)					
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>110</b>			<b>110</b>	
В том числе:					
Изучение теоретического материала	25			25	
Анализ литературных и информационных источников	5			5	
Подготовка к аудиторной контрольной работе (тестированию)	5			5	
Подготовка к текущим и рубежным контролям	50			50	
Подготовка реферата	15			15	
Подготовка к экзаменам	10			10	
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	<b>экзамен</b>			<b>экзамен</b>	
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>часы</b>	<b>180</b>			
	<b>зачетные единицы</b>	<b>5</b>			
<b>* из 70 часов аудиторных занятий 22 часа приходится на интерактивные занятия</b>					

#### *заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
		7	8	9	10
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>20*</b>			<b>20</b>	
В том числе:					
Лекции	8			8	
Практические занятия (ПЗ)					

Семинары (С)	12			12	
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>160</b>			<b>160</b>	
В том числе:					
Контрольная работа	20			20	
Изучение теоретического материала	5			5	
Анализ литературных и информационных источников	50			50	
Подготовка к текущим и рубежным контролям	60			60	
Подготовка реферата	15			15	
Подготовка к экзамену	10			10	
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	<b>экзамен</b>			<b>экзамен</b>	
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>часы</b>	180		<b>180</b>	
	<b>зачетные единицы</b>	<b>5</b>			
<b>* из 20 часов аудиторных занятий 8 часов приходится на интерактивные занятия</b>					