

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

1.5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
		5	6	7	8
Аудиторные занятия (всего)	70*			70	
В том числе:					
Лекции	28			28	
Практические занятия (ПЗ)	6			6	
Семинары (С)	36			36	
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	110			110	
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)	экзамен			экзамен	
Общая трудоемкость	часы	180			
	зачетные единицы	5			

* из 70 часов аудиторных занятий 22 часа приходится на интерактивные занятия

заочная форма обучения

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

Семинары (С)	12		12	
Самостоятельная работа (всего)	160		160	
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)	экзамен		экзамен	
Общая трудоемкость	часы	180		180
	зачетные единицы	5		

* из 20 часов аудиторных занятий 8 часов приходится на интерактивные занятия