

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

Профиль подготовки:

**Спортивные сооружения и индустрия**

Квалификация – 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 *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 является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области спортивного 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.

*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 ОПОП:**

Дисциплина «Спортивный маркетинг» относится к Блоку 1 *вариативной* части ОПОП. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной форме обучения, на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации *экзамен*. Для успешного освоения дисциплины необходимы входные знания, умения и компетенции студента, полученные по следующим дисциплинам: «Менеджмент ФК и С»

### **1.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

**а) общепрофессиональные (ОПК):**

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

**б) профессиональные (ПК):**

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

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

Знать:	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ историю, социальную сущность, структуру и функции маркетинга, цели, задачи, основные компоненты, специфику развития маркетингового процесса и рыночной среды (ОПК-9);</li><li>✓ способы формирования через средства информации и маркетинговые агентства оценки маркетинговой деятельности (ОПК-9, ПК-27);</li><li>✓ основные концепции управления маркетинговой деятельностью по продвижению услуг и товаров (ОПК-9, ПК-27).</li></ul>
--------	---

Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ определять способности и уровень готовности личности включаться в соответствующую маркетинговую деятельность по продвижению услуг и товаров (ОПК-9, ПК-27);</li> <li>✓ использовать маркетинговую информацию для оценки мнения как части общей культуры (ОПК-9);</li> <li>✓ устанавливать контакты между рыночными субъектами для построения эффективной маркетинговой деятельности по продвижению услуг и товаров (ОПК-9, ПК-27);</li> <li>✓ определять внутренний потенциал организаций, управлять маркетинговыми функциями, структурой и степенью влияния внутренних факторов на способность организаций предоставлять услуги и товары (ОПК-9, ПК-27);</li> <li>✓ проводить маркетинговые и информационные мероприятия, маркетинговую политику для решения проблем с использованием коммуникационных связей (ОПК-9, ПК-27).</li> </ul>
Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами маркетинговой деятельности в условиях рыночной среды (ОПК-9, ПК-27);</li> <li>✓ методами и средствами сбора, обобщения и использования маркетинговых исследований и информации, приемами маркетингового контроля (ОПК-9, ПК-27).</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>50*</b>		<b>50</b>		
В том числе:					
Лекции	20		20		
Практические занятия (ПЗ)	30		30		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>58</b>		<b>58</b>		
В том числе:					
Изучение теоретического материала	5		5		
Анализ литературных и информационных источников	4		4		
Подготовка к аудиторной контрольной работе (тестированию)	2		2		
Подготовка к текущим контролям	8		8		
Подготовка реферата	3		3		
Подготовка к экзамену	36		36		
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	<b>экзамен</b>		<b>экзамен</b>		
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>часы</b>		<b>108</b>		
	<b>зачетные единицы</b>		<b>3</b>		

*\*из 50 часов аудиторных занятий 20 часов отводится на интерактивные занятия*

#### *заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	семестры			
		2	3	4	5
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>10*</b>				<b>10</b>
В том числе:					
Лекции	4				4
Практические занятия (ПЗ)	6				6
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>98</b>				<b>98</b>
В том числе:					
Контрольная работа	20				20
Изучение теоретического материала	5				5
Анализ литературных и информационных источников	18				18
Подготовка к текущим контролям	16				16

Подготовка реферата	3				3
Подготовка к экзамену	36				36
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	<b>экзамен</b>				<b>экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>часы</b>	<b>108</b>			<b>108</b>
	<b>зачетные единицы</b>	<b>3</b>			<b>3</b>
<i>*из 10 часов аудиторных занятий 4 часа отводится на интерактивные занятия</i>					