

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы по дисциплине  
**СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ**

Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки  
**49.03.01 – Физическая культура**

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 (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.

*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 *вариативной* части, дисциплинам по выбору студента. В соответствии с учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной форме обучения, на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: *зачет*. 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"><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);</li><li>✓ основные концепции управления маркетинговой деятельностью по продвижению услуг и товаров (ОПК-9).</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);</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);</li><li>✓ определять внутренний потенциал организаций, управлять маркетинговыми функциями, структурой и степенью влияния внутренних факторов на способность организаций предоставлять услуги и товары(ОПК-9);</li></ul>

	✓ проводить маркетинговые и информационные мероприятия, маркетинговую политику для решения проблем с использованием коммуникационных связей (ОПК-9).
Владеть:	✓ 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 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	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 (зачет)	<b>зачет</b>		<b>зачет</b>		
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>часы</b>	<b>108</b>	<b>108</b>		
	<b>зачетные единицы</b>	<b>3</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	42				42
Подготовка к текущим контролям	16				16
Подготовка реферата	5				5
Подготовка к экзамену	10				10
Вид промежуточной аттестации (зачет)	<b>зачет</b>				<b>зачет</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>часы</b>	<b>108</b>			<b>108</b>
	<b>зачетные единицы</b>	<b>3</b>			<b>3</b>

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