

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ  
«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ ФКИС»**

ОПОП по направлению 43.03.01 – «Сервис»

Форма обучения Очная

**4 курс 7 семестр**

(на 20\_\_/\_\_ учебный год)

№ занятия	Посещаемость/ балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов в min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
<b>Базовый модуль</b>					
1	1	<b>Лекция №1.</b> Развитие маркетинговых и управленческих процессов в сфере физической культуры и спорта. Маркетинговая среда в сфере физической культуры и спорта.		1/1	
2		Семинар №1. Содержание маркетинга в сфере физической культуры и спорта. Особенности маркетинга в сфере физической культуры и спорта.		1/1	
3		Семинар №2. Рынок физкультурно-спортивных услуг и товаров и маркетинговая среда в сфере физической культуры и спорта. Маркетинговые рычаги управления.		1/1	
4		<b>Текущий контроль 1.</b> Маркетинговая среда спортивной организации. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	3/6	2
5	1	<b>Лекция №2.</b> Потребитель и потребность в физкультурно-спортивных услугах и товарах. Производитель и физкультурно-спортивные услуги и товары.		4/7	
6		Семинар №3. Потребитель на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров и система потребностей.		4/7	
7		<b>Текущий контроль 2.</b> Потребитель и производитель как основные субъекты маркетинговой среды в сфере физической культуры и спорта. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	5/12	2
8		Практическое занятие №1. Управление товарной продукцией на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров. Упаковка и маркировка физкультурно-спортивного товара. Характеристики и функции упаковки. Специфика физкультурно-спортивной услуги как товара.		5/12	
9	1	<b>Лекция №3.</b> Отношения между производителем физкультурно-спортивных услуг и товаров и потребителем. Система		6/13	

		обмена.			
10		Семинар №4. Управление взаимоотношениями между производителем и потребителем на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров.		6/13	
11		<b>Текущий контроль 3.</b> Система обмена на рынке. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	8/18	2
12		Практическое занятие №2. Факторы, характеризующие функционирование товара на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров с точки зрения отношения потребителей к товару. Факторы, характеризующие рынок физкультурно-спортивных услуг и товаров с точки зрения взаимоотношения производителей и потребителей.		8/18	
13	1	<b>Лекция №4.</b> Отношения между производителями физкультурно-спортивных услуг и товаров. Система конкуренции.		9/19	
14		Семинар №5. Конкурентные преимущества и отношения. Конкуренция на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров.		9/19	
15		<b>Текущий контроль 4.</b> Система конкуренции на рынке. <b>Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.</b>	1/5	10/24	2
16	1	<b>Лекция №5.</b> Отношения между производителем и прочими субъектами рынка физкультурно-спортивных услуг и товаров. Система партнерства.		11/25	
17		Семинар №6. Рыночное партнерство. Рынок физкультурно-спортивных услуг и товаров как система взаимодействия экономических субъектов. <b>РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ 1.</b>	<b>2/10!</b>	13/35	
18		<b>Текущий контроль 5.</b> Система рыночного партнерства. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	14/40	2
19	1	<b>Лекция №6.</b> Функции и стратегии менеджмента и маркетинга в области физической культуры и спорта.		15/41	
20		Семинар №7. Исследование функций маркетинга в сфере физической культуры и спорта, их взаимосвязь и логическая последовательность.		15/41	
21		Семинар №8. Разработка стратегии маркетинга в области физической культуры и спорта.		15/41	
22		<b>Текущий контроль 6.</b> Анализ функций спортивного маркетинга. <b>Письменный опрос.</b>	2/5	17/46	2
23	1	<b>Лекция №7.</b> Политика менеджмента и маркетинга в области физической культуры и спорта.		18/47	
24		Практическое занятие №3. Управление		18/47	

		товарной и ценовой политики в области физической культуры и спорта.			
25	1	<b>Лекция №8.</b> Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров.		19/48	
		Практическое занятие №4. Управление коммуникационной, сбытовой и сервисной политики физической культуры и спорта.		19/48	
	1	<b>Лекция №9. Службы маркетинга.</b>		20/49	
		Семинар №9. Организация маркетинговой службы в спортивной организации.		20/49	
		Практическое занятие №5. Управление службой маркетинга с другими отделами предприятия. Управление функциями подразделений службы маркетинга.		20/49	
		<b>Текущий контроль 7.</b> Функционирование маркетинговой службы спортивной организации. <b>Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.</b>	1/5	21/54	2
	1	<b>Лекция №10.</b> Международный маркетинг.		22/55	
		Семинар №10. Специфика международного маркетинга. Международные экономические отношения в сфере маркетинга.		22/55	
		<b>Текущий контроль 8.</b> Международные экономические отношения в сфере спортивного маркетинга. <b>Устный опрос. Дискуссия.</b>	1/5	23/60	2
<b>2 рубежный контроль (ЦОКО) – тестирование</b>			<b>5/10</b>	28/70	2
<b>Промежуточный контроль (ЗАЧЕТ) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей</b>			<b>22/30</b>	<b>50/100</b>	6
<b>Итоговая сумма баллов за 7 семестр</b>			<b>50/100</b>	<b>100</b>	

\* 10 часов отводится на интерактивные занятия

**Дополнительный модуль (4 курс 7 семестр)**

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Развитие маркетинговых и управленческих процессов в сфере ФКиС. Маркетинговая среда в сфере физической культуры и спорта. Потребитель и потребность в физкультурно-спортивных услугах и товарах. Производитель и физкультурно-спортивные услуги и товары.	10
2		Отношения между производителем физкультурно-спортивных услуг и товаров и потребителем. Система обмена. Отношения между производителями физкультурно-спортивных услуг и товаров. Система конкуренции.	10
3		Отношения между производителем и прочими субъектами рынка физкультурно-спортивных услуг и товаров. Система партнерства. Функции и стратегии менеджмента и маркетинга в области физической культуры и спорта.	10
4		Политика менеджмента и маркетинга в области	10

		физической культуры и спорта. Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров.	
5		Службы маркетинга. Международный маркетинг.	10
Итого:			<b>50</b>