

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП по направлению 49.03.01 – «Физическая культура»

Профиль Спортивные сооружения и индустрия

Форма обучения Очная

4 курс 8 семестр

(на 20__/__ учебный год)

№ занятия	Посещаемость/ балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/ балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
Базовый модуль					
1	1	Лекция №1. Развитие маркетинговых 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		Текущий контроль 1. Маркетинговая среда спортивной организации. Письменный опрос.	2/5	3/6	2
5	1	Лекция №2. 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		Текущий контроль 2. Потребитель и производитель как основные субъекты маркетинговой среды в сфере физической культуры и спорта. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	5/12	2
8		Семинар №4. 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	Лекция №3. Отношения между производителем физкультурно-спортивных услуг и товаров и потребителем. Система обмена.		6/13	
10		Семинар №5. Управление взаимоотношениями между производителем		6/13	

		и потребителем на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров.			
11		Текущий контроль 3. Система обмена на рынке. Письменный опрос.	2/5	8/18	2
12		Семинар №6. 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	Лекция №4. Отношения между производителями физкультурно-спортивных услуг и товаров. Система конкуренции.		9/19	
14		Семинар №7. Конкурентные преимущества и отношения. Конкуренция на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров.		9/19	
15		Текущий контроль 4. Система конкуренции на рынке. Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.	1/5	10/24	2
16	1	Лекция №5. Отношения между производителем и прочими субъектами рынка физкультурно-спортивных услуг и товаров. Система партнерства.		11/25	
17		Семинар №8. Рыночное партнерство. Рынок физкультурно-спортивных услуг и товаров как система взаимодействия экономических субъектов. РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ 1.	2/10!	13/35	
18		Текущий контроль 5. Система рыночного партнерства. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	14/40	2
19	1	Лекция №6. Функции и стратегии маркетинга в области физической культуры и спорта.		15/41	
20		Семинар №9. Исследование функций маркетинга в сфере физической культуры и спорта, их взаимосвязь и логическая последовательность.		15/41	
21		Семинар №10. Разработка стратегии маркетинга в области физической культуры и спорта.		15/41	
22		Текущий контроль 6. Анализ функций спортивного маркетинга. Письменный опрос.	2/5	17/46	2
23	1	Лекция №7. Политика маркетинга в области физической культуры и спорта.		18/47	
24		Семинар №11. Построение политики в области физической культуры и спорта.		18/47	
25	1	Лекция №8. Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров.		19/48	

		Семинар №12. Системное представление о процессе управления маркетинговой деятельностью организации по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров.		19/48	
	1	Лекция №9. Службы маркетинга.		20/49	
		Семинар №13. Организация маркетинговой службы в спортивной организации.		20/49	
		Семинар №14. Деятельность маркетинговой службы в спортивной организации.		20/49	
		Текущий контроль 7. Функционирование маркетинговой службы спортивной организации. Устный опрос. Представление реферата с презентацией на заданную тему.	1/5	21/54	2
	1	Лекция №10. Международный маркетинг.		22/55	
		Семинар №15. Специфика международного маркетинга. Международные экономические отношения в сфере маркетинга.		22/55	
		Текущий контроль 8. Международные экономические отношения в сфере спортивного маркетинга. Устный опрос. Дискуссия.	1/5	23/60	2
2 рубежный контроль – тестирование			5/10	28/70	2
<i>Промежуточный контроль (Экзамен) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей</i>			22/30	50/100	6
<i>Итоговая сумма баллов за 8 семестр</i>			50/100	100	

* 10 часов отводится на интерактивные занятия

Дополнительный модуль (4 курс 8 семестр)

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Развитие маркетинговых процессов в сфере физической культуры и спорта. 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 маркетинга в области физической культуры и спорта.	10
4		Политика маркетинга в области физической культуры и спорта. Процесс управления маркетинговой деятельностью организаций по продвижению физкультурно-спортивных услуг и товаров.	10
5		Службы маркетинга. Международный маркетинг.	10
Итого:			50