

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ: СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

ОПОП по направлению 38.03.02 – Менеджмент  
профиль Менеджмент организации

**Форма обучения** **Очная**

**4 Курс 7 семестр**

**20 /20 учебный год**

№ занятия	Посещаемость/балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов Max/ Min	Накопительная "стоимость"	Кол-во час. сам. раб. на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
<b>пятый семестр</b>					
1		<b>Текущий контроль №1. Экспресс-опрос.</b>	4/10	10	
2		<b>Практическая работа.</b> Сегментирование рынка услуг физической культуры и спорта для создания продукта организацией. <b>Текущий контроль №2.</b>	4/10	20	
3		<b>Практическая работа.</b> Формирования стратегии маркетинга в избранной физкультурно-спортивной организации <b>Текущий контроль №3.</b>	4/10	30	
4		<b>Практическая работа</b> Формирование и оценка качества услуг в избранной физкультурно-спортивной организации. <b>Текущий контроль №4.</b>	4/10	40	
5		<b>Практическая работа</b> Бизнес-план платных услуг в избранной физкультурно-спортивной организации <b>Текущий контроль №5. Индивидуальное домашнее задание (реферат)</b>	5/10	50	
<b>1 рубежный контроль (кафедральный) – письменный опрос</b>			<b>2/10</b>	<b>60</b>	
<b>2 рубежный контроль (ЦОКО) - тестирование</b>			<b>5/10</b>	<b>70</b>	
<b>Промежуточный контроль (экзамен) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей</b>			<b>22/30</b>	<b>30</b>	
<b>Итоговая сумма баллов за 6 семестр</b>			<b>50/100</b>	<b>100</b>	

Дополнительный модуль (7 семестр)

<b>№</b>	<b>Сроки проведения</b>	<b>Виды деятельности</b>	<b>Количество баллов</b>
<b>1</b>	По расписанию преподавателя	<p><b>Возникновение и развитие спортивного маркетинга.</b></p> <p><b>Сущность и особенности маркетинга в сфере физической культуры.</b></p> <p><b>Развитие Олимпийского маркетинга</b></p>	<b>10</b>
<b>2</b>	По расписанию преподавателя	<p><b>Маркетинговая среда физкультурно-спортивной организации.</b></p> <p><b>Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта</b></p> <p><b>Сегментирование рынка услуг физической культуры и спорта</b></p>	<b>10</b>
<b>3</b>	По расписанию преподавателя	<p><b>Маркетинговые стратегии в сфере физической культуры и спорта. Конкуренция и конкурентоспособность услуг физической культуры и спорта.</b></p>	<b>10</b>
<b>4</b>	По расписанию преподавателя	<p><b>Проектирование и организация производства услуг отрасли «Физическая культура и спорт». Качество услуг физической культуры и спорта в рамках маркетинга</b></p>	<b>10</b>
<b>5</b>	По расписанию преподавателя	<p><b>Особенности ценообразования на рынке физкультурно-спортивных услуг.</b></p> <p><b>Продвижение услуг в сфере физической культуры и спорта.</b></p> <p><b>Коммуникативная политика в маркетинге услуг физической культуры и спорта.</b></p>	<b>10</b>
<b>ИТОГО:</b>			<b>50</b>