

Технологическая карта дисциплины

Спортивный маркетинг

ОПОП 49.03.01 Физическая культура

заочная форма обучения

5 курс 10 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
<u>Базовый модуль</u>					
1		Лекция №1. 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.			
2		Семинар №1. Управление взаимоотношениями между производителем и потребителем на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров. 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. Конкурентные преимущества и отношения. Конкуренция на рынке физкультурно-спортивных услуг и товаров. Рыночное партнерство. Рынок физкультурно-спортивных услуг и товаров как система взаимодействия экономических субъектов.			

3		Текущий контроль 1. Отношения между субъектами рынка. Письменный опрос.	3/10	3/10	4
4		Семинар №2. Исследование функций маркетинга в сфере физической культуры и спорта, их взаимосвязь и логическая последовательность.		3/10	
5		Текущий контроль 2. Анализ функций спортивного маркетинга. Устный опрос. Дискуссия.	2/10	5/20	4
6		Семинар №3. Организация маркетинговой службы в спортивной организации. Деятельность маркетинговой службы в спортивной организации. Международный маркетинг.		5/20	
7		Текущий контроль 3. Функционирование маркетинговой службы спортивной организации. Международные экономические отношения в сфере спортивного маркетинга. Письменный опрос.	3/10	8/30	4
Контрольная работа			15/30!	23/60	20
Рубежный контроль - письменный опрос			5/10	28/70	4
Промежуточный контроль (ЗАЧЕТ) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей			22/30	50/100	10
Итоговая сумма баллов за 10 семестр			50/100	100	
* 2 часа отводится на интерактивные занятия					

Дополнительный модуль (5 курс 10 семестр)

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Отношения между субъектами рынка физкультурно-спортивных услуг и товаров.	15
2		Анализ функций спортивного маркетинга.	15
3		Процесс управления маркетинговой деятельностью спортивной организации. Международный маркетинг.	20
Итого:			50