

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ:
«СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ»**

**ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): «Менеджмент организации»
Заочная форма обучения**

5 Курс 9 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
пятый семестр					
		Практическая работа. Сегментирование рынка услуг физической культуры и спорта для создания продукта организацией. Текущий контроль №1.	3/10	20	
		Практическая работа. Формирования стратегии маркетинга в избранной физкультурно-спортивной организации Текущий контроль №2.	4/10	30	
		Практическая работа Формирование и оценка качества услуг в избранной физкультурно-спортивной организации. Текущий контроль №3.	4/10	40	
1 рубежный контроль (кафедральный) – письменный опрос			2/10	60	
Контрольная работа			15/30		
Промежуточный контроль (экзамен) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей			22/30	30	
Итоговая сумма баллов за 6 семестр			50/100	100	

Дополнительный модуль (7 семестр)

№	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Маркетинговая среда физкультурно-спортивной	10

		<p>организации.</p> <p>Маркетинговые исследования в сфере физической культуры и спорта</p> <p>Сегментирование рынка услуг физической культуры и спорта</p>	
2	По расписанию преподавателя	<p>Маркетинговые стратегии в сфере физической культуры и спорта. Конкуренция и конкурентоспособность услуг физической культуры и спорта.</p>	20
3	По расписанию преподавателя	<p>Особенности ценообразования на рынке физкультурно-спортивных услуг.</p> <p>Продвижение услуг в сфере физической культуры и спорта.</p> <p>Коммуникативная политика в маркетинге услуг физической культуры и спорта.</p>	20