

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Елабужский институт (филиал)
Факультет психологии и педагогики



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Маркетинговая деятельность педагога в физической культуре Б1.В.ДВ.05.02

Направление подготовки: 44.03.05 - Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Профиль подготовки: Физическая культура и безопасность жизнедеятельности

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Автор(ы): Шарифуллина С.Р.

Рецензент(ы): Петров Р.Е.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Петров Р. Е.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Елабужского института КФУ (Факультет психологии и педагогики):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 20__ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Шарифуллина С.Р. (кафедра теории и методики физической культуры и безопасности жизнедеятельности, факультет психологии и педагогики), SRSharifullina@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-8	Способен осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний
ПК-2	Способен использовать ценностный потенциал физической культуры для формирования основ здорового образа жизни, интереса и потребности к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

основные понятия и концепции маркетинговой деятельности в физкультурно-спортивной организации, маркетинговую среду физкультурно-спортивной организации, систему получения маркетинговой информации и работу с ней, факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивной организации и ее услуг, методы рыночного ценообразования на услуги физкультурно-спортивной организации, каналы распределения, экономические основы производства услуг и ресурсы физкультурно-спортивной организации.

Должен уметь:

исследовать и прогнозировать рынок на услуги физкультурно-спортивной организации, разрабатывать план маркетингового исследования для физкультурно-спортивной организации, анализировать и планировать затраты физкультурно-спортивной организации; применять методы маркетинговых коммуникаций, формировать спрос и стимулировать сбыт физкультурно-спортивных услуг.

Должен владеть:

методами анализа рыночной среды, оценки уровня конкурентоспособности продукта и предприятия, продвижения товаров и услуг, методами организации маркетингового исследования, методами осуществления маркетинговых коммуникаций.

Должен демонстрировать способность и готовность:

способность решать задачи воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в учебной и внеучебной деятельности

готовность к взаимодействию с участниками образовательного процесса

готовность к реализации физкультурно-рекреационных, оздоровительно-реабилитационных, спортивных, профессионально-прикладных и гигиенических задач

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.05.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 44.03.05 "Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) (Физическая культура и безопасность жизнедеятельности)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе в 6 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 36 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 20 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 36 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 6 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность маркетинга и его роль для ФСО	6	2	4	0	4
2.	Тема 2. Товар в маркетинговой деятельности ФСО	6	2	4	0	6
3.	Тема 3. Комплексное исследование товарного рынка в отрасли ФКиС	6	2	4	0	6
4.	Тема 4. Сегментация рынка ФКиС	6	2	4	0	6
5.	Тема 5. Формирование спроса и стимулирование сбыта в отрасли ФКиС	6	2	6	0	8
6.	Тема 6. Товарный знак. Брендинг в отрасли ФКиС	6	0	4	0	6
	Итого		10	26	0	36

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность маркетинга и его роль для ФСО

Суть и содержание понятия маркетинг. История формирования маркетинговой концепции: основные ее представители и школы. Современная концепция маркетинга. Менеджеристское, бихевиористское и другие направления в маркетинге. Маркетинг как концепция управления производственно-сбытовой и научно-технической деятельностью фирмы.

Основные виды маркетинга. Виды маркетинга по территориям охвата. Виды маркетинга в зависимости от спроса. Маркетинг, ориентированный на продукт. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Интегрированный маркетинг.

Содержание и цели маркетинговой деятельности, ее основные принципы.

Специфические функции маркетинга. Аналитическая функция маркетинга. Комплексное исследование рынка, рыночной среды и мотиваций потребителя. Оценка собственных возможностей фирмы (предприятия).

Научно-техническая и производственно-сбытовая функции маркетинга. Обновление продукции и разработка нового товара, разработка цен, определение каналов и методов сбыта.

Коммуникационная функция маркетинга. Реклама и стимулирование сбыта.

Общие функции маркетинга. Плановая функция маркетинга. Маркетинговая программа.

Организационная функция маркетинга. Организация маркетинговой деятельности на фирме и определение вида построения маркетинговых служб.

Контрольная функция маркетинга. Текущий и стратегический контроль, ревизия маркетинговой работы.

Роль маркетинга в экономическом развитии страны.

Тема 2. Товар в маркетинговой деятельности ФСО

Изучение товара. Понятие продукта в системе маркетинга. Характеристика технико-экономических показателей продукции. Маркетинг и задачи повышения качества и конкурентоспособности продукции на рынке: понятия и показатели, их определяющие. Классификация товаров по назначению, срокам и характеру изготовления и потребления. Конкретный продукт. Расширенный продукт. Обобщенный продукт.

Жизненный цикл товара. Его виды. Цели и виды маркетинговой деятельности с учетом жизненного цикла товара.

Особенности маркетинговой деятельности применительно к продукции потребительского и производственного назначения. Оценка требований к товару с точки зрения маркетинговых исследований.

Тема 3. Комплексное исследование товарного рынка в отрасли ФКиС

Изучение и анализ факторов внешней макро и микросреды.

Комплексное изучение рынка. Конъюнктурный и стратегический анализ рынка факторов внешней макро и микросреды. Классификация типов рынков.

Производственный и потребительский потенциал рынка.

Анализ спроса и его эластичности. Анализ предложения и рыночной доли. Понятие емкости рынка. Анализ уровня конкуренции. Анализ динамики цен и перспектив развития рынка.

Основные показатели анализа условий рынка. Составление прогноза развития рынка.

Нужды и потребности. Направления маркетингового анализа потребителей. Индивидуальные и организованные потребители и основные группы мотиваций их покупательского поведения.

Теории мотивации. Теория мотивации МакКлелланда (McClelland). Теория мотивации Маслоу. Психологические мотивы МакГира (McGuire). Мотивация по Фрейду. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.

Идентификация культурных ценностей. Классификация ценностей, влияющих на поведение потребителей.

Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие. Внимание. Интерпретация. Маркетинговая стратегия, основанная на множественных мотивах.

Методы исследования мотивации. Методы ассоциации. Методы завершения. Методы интерпретации. Метод фокус-групп. Маркетинговая стратегия, основанная на мотивационном конфликте.

Психологические и личностные воздействия на процесс принятия решения потребителем о покупке товара.

Процесс принятия решения о покупке и маркетинговая характеристика покупателя.

Основные направления изучения фирмы и оценка ее деятельности на рынке. Анализ хозяйственной деятельности фирмы. Показатели, характеризующие экономический потенциал фирмы: активы, основной капитал, количество и стоимость произведенной продукции, число и размещение производственных и сбытовых предприятий, характеристика инфраструктуры фирмы и ее научно-исследовательского потенциала.

Показатели финансового положения фирмы. Анализ конкурентоспособности продукции, анализ конкурентоспособности фирмы. Оценка конкурентных возможностей фирмы. Изучение форм и методов коммерческой и маркетинговой работы фирмы.

Изучение коммерческой и сбытовой практики, транспортных, правовых, торгово-политических и других условий работы фирмы. Изучение рекламной практики, ценовой политики, конкурентных преимуществ товаров и товарной политики фирмы. Особенности изучения фирм конкурентов.

Тема 4. Сегментация рынка ФКиС

Сегментация рынка: цель и механизм осуществления. Принципы, цели и задачи рыночной сегментации. Учет специфики товара при проведении сегментации рынка. Ее основные критерии: географические, социально-экономические, этнографические и др.

Мотивационный анализ в сегментации рынка. Особенности сегментации рынка для товаров производственного назначения и потребительских товаров.

Сегментация рынка и позиционирование товара. Понятия: рыночное окно, рыночная ниша, целевой рынок.

Маркетинговые стратегии и спрос. Соотнесение потенциальных возможностей фирмы с требованиями рынка и запросами потребителей.

Сегментация по потребителям (профилю потребителя). Сегментация по продукту. Сегментация по каналам сбыта.

Тема 5. Формирование спроса и стимулирование сбыта в отрасли ФКиС

Спрос и предложение на рынке. Функции спроса. Зависимость спроса и предложения. Кривая спроса. Закономерности изменения спроса. Формирование спроса с помощью цен. Качество товара и спрос.

Основные направления формирования сбытовой сети фирмы. Виды каналов сбыта. Прямой и косвенный методы сбыта продукции. Филиалы фирм, торговые посредники, оптовые и розничные торговые организации, их основные функции.

Выбор каналов и методов товародвижения - основная составляющая сбытовой политики в системе маркетинга.

Тема 6. Товарный знак. Брендинг в отрасли ФКиС

Разработка торговых марок. Добавленная ценность торговой марки. Базисные и расширенные торговые марки. Региональные и глобальные торговые марки. Роль упаковки в товарной политике. Задачи оптимизации номенклатуры производимой продукции по степени дифференциации, структуре жизненного цикла, числу модификаций базовых моделей. Диверсификация продукции.

Товарный знак и его использование в целях рекламы. Бренд, брендинг и их значение для фирмы.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Положение от 24 декабря 2015 г. № 0.1.1.67-06/265/15 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 6			
	Текущий контроль		
1	Письменная работа	ПК-2 , ОПК-8	1. Сущность маркетинга и его роль для ФСО 2. Товар в маркетинговой деятельности ФСО 3. Комплексное исследование товарного рынка в отрасли ФКиС 4. Сегментация рынка ФКиС 5. Формирование спроса и стимулирование сбыта в отрасли ФКиС 6. Товарный знак. Брендинг в отрасли ФКиС
2	Устный опрос	ОПК-8 , ПК-2	1. Сущность маркетинга и его роль для ФСО 2. Товар в маркетинговой деятельности ФСО 3. Комплексное исследование товарного рынка в отрасли ФКиС 4. Сегментация рынка ФКиС 5. Формирование спроса и стимулирование сбыта в отрасли ФКиС 6. Товарный знак. Брендинг в отрасли ФКиС
	Зачет		

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 6					
Текущий контроль					

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	1
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	2
	Зачтено		Не зачтено		
Зачет	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 6

Текущий контроль

1. Письменная работа

Темы 1, 2, 3, 4, 5, 6

1. Основные особенности современного международного рынка.
2. Отличительные особенности международного маркетинга.
3. Выход предприятия на внешний рынок и его основные участники.
4. Элементы среды международного маркетинга.
5. Торговые, политические и иные ограничения выхода на международные рынки.
6. Роль культурной среды в международном маркетинге.
7. Исследование рынка и собственного потенциала предприятия.
8. Оценка и выбор зарубежного рынка.
9. Маркетинговый анализ по схеме товар/страна.
10. Методики оценки конкурентоспособности предприятия на международных рынках.
11. Формы международного торгового сотрудничества.
12. Государственное регулирование международной торговли.
13. Экспортная товарная политика в системе международного маркетинга.
14. Ценовая динамика на международных рынках.

15. Ценовая политика предприятия: основные стратегии.
16. Трансферные цены.
17. Особенности формирования экспортных цен.
18. Сделки купли-продажи: классификация и условия осуществления.
19. Товарообменные сделки.
20. Клиринговые соглашения.
21. Агентские соглашения.
22. Международный лизинг.
23. Формы сотрудничества с зарубежными партнерами.
24. Стратегические альянсы.
25. Оценка проектных решений при создании совместных предприятий.
26. Классификация свободных экономических зон и их основные характеристики.
27. Система льгот в свободных экономических зонах.
28. Товарная политика предприятия как основа системы маркетинга.
29. Проблема приспособления данного товара к условиям внешних рынков.
30. Международные товарные стратегии.
31. Оценка конкурентоспособности товара на международном рынке.
32. Стратегия разработки международного глобального продукта.
33. Маркетинговая логистика.
34. Продвижение товаров на международные рынки.
35. Эффекты и риски выхода на внешние рынки.
36. Цели и задачи международного инвестирования.
37. Барьеры на пути иностранных инвестиций.
38. Оценка инвестиционной привлекательности страны.
39. Стратегии иностранных фирм в России.
40. Экономические расчеты при различных формах сотрудничества с иностранными партнерами.
41. Страхование иностранных инвестиций.
42. Маркетинговые средства коммуникации.
43. Концепция международной рекламы.
44. Проблема стандартизации международной рекламы.
45. Проблема адаптации рекламы.
46. Международные средства распространения рекламы.
47. Стимулирование сбыта продукции.

2. Устный опрос

Темы 1, 2, 3, 4, 5, 6

Тема ♦1 Сущность маркетинга и его роль в экономическом развитии страны

1. Возникновение и развитие маркетинга
2. Сущность и содержание маркетинга
3. Функции маркетинга
4. Маркетинговая среда

Тема ♦2 Товар в маркетинговой деятельности

1. Жизненный цикл товара
2. Основные виды классификаций товаров и услуг
3. Рыночная атрибутика товара и услуг
4. Товарный ассортимент
5. Разработка новых товаров и услуг
6. Основные характеристики и типичные реакции производителей

Тема ♦3 Комплексное исследование товарного рынка

1. Исследование и анализ внешней среды и рынков
2. Изучение потребителей
3. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе
4. Предплановый маркетинговый анализ

Тема ♦4 Сегментация рынка

1. Понятие и сущность сегментирования
2. Этапы сегментирования
3. Виды сегментации
4. Критерии сегментации рынка
5. Стратегия и возможности сегментации рынка
6. Понятие сегмента и ниши рынка
7. Множественная сегментация

8. Выбор целевых сегментов

Тема ♦5 Формирование спроса

1. Понятие и типология потребностей
2. Типы потребителей
3. Моделирование потребительского/покупательского поведения
4. Понятие и виды спроса
5. Факторы и закономерности спроса
6. Консьюмеризм и его значение для маркетинга
7. Постановка задач стимулирования продаж
8. Методы стимулирования
9. Программа стимулирования
10. Реализация программы стимулирования
11. Оценка результатов стимулирования продаж

Тема ♦6 Товарный знак. Брендинг

1. Понятие и сущность товарного знака. Значение товарного знака
2. Сущность товародвижения
3. Упаковка и маркировка товара
4. Каналы товародвижения
5. Брендинг и его формирование

Зачет

Вопросы к зачету:

1. Основные понятия маркетинга
2. История возникновения маркетинга
3. Цели маркетинга
4. Элементы маркетинга
5. Значение маркетинга в современных условиях
6. Понятие рынка и его развитие
7. Виды рынка и их классификация
8. Понятие конкуренции и ее виды
9. Модель покупательского поведения
10. Внешняя и внутренняя среда фирмы
11. Понятие сегментирования
12. Анализ данных сегментации рынка
13. Типы направления выбора целевого выбора
14. Понятие товара в системе маркетинга
15. Основные свойства товара
16. Классификация товара
17. Понятие и сущность марки товара
18. Концепция упаковки
19. Товарная политика фирмы
20. Жизненный цикл товара
21. Система рыночных цен
22. Задачи ценообразования
23. Методы установления исходной цены
24. Условия скидок к цене
25. Канал распределения товара
26. Товародвижение
27. Розничная торговля
28. Комплекс маркетинговых коммуникаций
29. Формирование спроса
30. Принципы рекламы
31. Рекламная программа
32. Стимулирование сбыта
33. Пропаганда в стимулировании сбыта
34. Анализ рыночных возможностей

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 6			
Текущий контроль			
Письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	1	10
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	2	40
Зачет	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

- Алексеев, С.В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям 'Менеджмент организации', 'Юриспруденция' и 'Физическая культура и спорт' / Алексеев С.В.; Под ред. Крашенинников П.В. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2015. - 687 с. -URL:<http://znanium.com/bookread2.php?book=891206>
- Рапопорт Л. А. Здоровье и физическая культура студента: Учеб. пособие / В.А. Бароненко, Л.А. Рапопорт. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. - 336 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-98281-157-8.-URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=180800>
- Райченко, А.В. Менеджмент : учеб. пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. ? 342 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=563352>

7.2. Дополнительная литература:

- Лукьянова, И. Е. Теоретические и практические вопросы менеджмента в социальной работе [Электронный ресурс] / И. Е. Лукьянова, Е. А. Сигида // Иппотерапия. Инвалидный конный спорт. Опыт и перспективы: материалы межрегиональной конференции 2-3 мая 2010 г. Санкт-Петербург. - СПб. : Изд-во Политехи, ун-та, 2010. - С. 100-102. -URL:<http://znanium.com/bookread2.php?book=465834>
- Мазилкина, Е.И. Менеджмент: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 197 с. -URL:<http://znanium.com/bookread2.php?book=754605>
- Резник, С.Д. Менеджмент. Книга 4. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах: Монография / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 319 с. -URL:<http://znanium.com/bookread2.php?book=448652>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Библиотека учебной и научной литературы - <http://sbiblio.com/biblio>

Научно-электронная библиотека - <http://elibrary.ru>

Электронно-библиотечная система - <http://znanium.com>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.
практические занятия	В ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа: 1й - организационный; 2й - закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе слушатель планирует свою самостоятельную работу, которая включает: - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку слушателя к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы слушатель должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.
самостоятельная работа	Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Слушатель может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

Вид работ	Методические рекомендации
письменная работа	<p>Требования к содержанию.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Содержание реферата должно соответствовать его названию. 2. Реферат должен быть полным и кратким: он должен охватывать все современные научные подходы к проблеме настолько полно, насколько это возможно, и излагать их в сжатом виде. В реферате нет ничего лишнего: никаких лирических отступлений, ни одной строчки, которая не работала бы на раскрытие темы реферата. 3. Всё содержание реферата подчинено сформулированным во введении задачам (см. требования к структуре), в выводах - ничего, что не следовало бы ясно и несомненно из текста работы. Выводы, не связанные с текстом, не следующие из него - грубое нарушение закона достаточного основания - одного из базовых законов логики. 4. Объем реферата не должен быть меньше 12 или больше 24 страниц. Количество источников в списке литературы не превышает количества страниц в реферате. На все источники в тексте реферата должны быть ссылки. <p>Требования к структуре.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реферат начинается с титульного листа. 2. За титульным листом следует оглавление. Проверьте правильность указанных номеров страниц! 3. На третьей странице начинается введение. Во введении к реферату обосновывается актуальность выбранной темы (т.е., следует аргументированно раскрыть причины, по которым данная тема актуальна в современной науке), формулируются цель и 2-3 задачи. Задачи должны раскрывать цель и служить её достижению. В курсовых и дипломных работах, диссертациях и монографиях во введении также раскрывается степень разработанности проблемы, научная новизна работы, её методологическая база и т.д. Для реферата оптимальный объем введения не превышает 1 страницы. 4. Текст реферата делится на 2-3 параграфа. Более дробное деление текста нецелесообразно, в виду его малого объема. Желательно, чтобы каждый параграф служил решению одной из сформулированных во введении задач. Каждому параграфу даётся название соответственно содержанию 5. За последним параграфом следует заключение, в котором должны быть только выводы из текста реферата (см. требования к содержанию). Выводы должны быть пронумерованы. Желательно, чтобы выводы соответствовали поставленным задачам и показывали, что эти задачи полностью решены. 6. После заключения помещается список литературы. 7. Если в реферате предусмотрены крупные таблицы или диаграммы, они помещаются в приложениях после списка литературы. Каждая таблица или диаграмма составляет отдельное приложение, в тексте на неё делается ссылка в соответствующем месте. <p>Требования к оформлению.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реферат формируется в текстовом редакторе Microsoft Word. Шрифт Times New Roman, кегль 14. Абзац выравнивается по ширине, без интервалов между абзацами, междустрочный интервал 1,5 строки, первая строка со стандартным отступом (1,27 см). Заглавия разделов прописными буквами, полужирным шрифтом. Обязательны: форматирование последней строки абзаца, автоматическая расстановка переноса. 2. Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ. Пример библиографического описания см. ниже. 3. Ссылки на источник в тексте оформляются по схеме: [1; с. 155], где 1 - номер источника в списке литературы, с. 155 - номер страницы в источнике. Для интернет-источников номер страницы не указывается. 4. Какие-либо рамки, виньетки, украшения в реферате НЕ ДОПУСКАЮТСЯ (включая титульный лист).
устный опрос	<p>Работа на практических занятиях предполагает активное участие в дискуссиях. Для подготовки к занятиям рекомендуется выделять в материале проблемные вопросы, затрагиваемые преподавателем в лекции, и группировать информацию вокруг них. Желательно выделять в используемой литературе постановки вопросов, на которые разными авторам могут быть даны различные ответы. На основании постановки таких вопросов следует собирать аргументы в пользу различных вариантов решения поставленных проблем.</p> <p>В текстах авторов, таким образом, следует выделять следующие компоненты:</p> <ul style="list-style-type: none"> - постановка проблемы; - варианты решения; - аргументы в пользу тех или иных вариантов решения. <p>На основе выделения этих элементов проще составлять собственную аргументированную позицию по рассматриваемому вопросу.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
зачет	По пройденному материалу проводится устный опрос по контролю остаточных знаний. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста). Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Маркетинговая деятельность педагога в физической культуре" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронным, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Маркетинговая деятельность педагога в физической культуре" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 44.03.05 "Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)" и профилю подготовки Физическая культура и безопасность жизнедеятельности .