

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

Маркетинговые исследования в отрасли физической культуры и спорта Б1.В.ДВ.08.02

Направление подготовки: 44.04.01 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Профессиональная подготовка в области физической культуры и спорта

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

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), SRSarifullina@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 |
|------------------|--|
| ПК-1 | Способен использовать психолого-педагогические, медико-биологические, организационно-управленческие знания и навыки для обучения двигательным действиям и совершенствования физических и психических качеств обучающихся |
| ПК-3 | Способен к проектированию и реализации физкультурно-рекреационных, оздоровительно-реабилитационных, спортивных, профессионально-прикладных и гигиенических задач |
| ПК-5 | Способен планировать и осуществлять научное исследование в области физической культуры и спорта |

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

основные понятия и концепции маркетинговых исследований 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.

Должен владеть:

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

Должен демонстрировать способность и готовность:

способность проектировать формы и методы контроля качества образования, различные виды контрольно-измерительных материалов, в том числе с использованием информационных технологий и с учетом отечественного и зарубежного опыта

готовность проектировать содержание учебных дисциплин, технологии и конкретные методики обучения владеет психолого-педагогическими и медико-биологическими, организационно-управленческими знаниями и навыками, необходимыми для обучения двигательным действиям и совершенствования физических и психических качеств обучающихся

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.08.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 44.04.01 "Педагогическое образование (Профессиональная подготовка в области физической культуры и спорта)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе в 5 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 - 30 часа(ов), в том числе лекции - 10 часа(ов), практические занятия - 20 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 38 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 4 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: отсутствует в 5 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 маркетинговых исследований и их роль для физкультурно-спортивной организации | 5 | 2 | 2 | 0 | 4 |
| 2. | Тема 2. Основные категории в маркетинговом исследовании. | 5 | 2 | 2 | 0 | 4 |
| 3. | Тема 3. Внешняя среда физкультурно-спортивной организации | 5 | 2 | 2 | 0 | 4 |
| 4. | Тема 4. Внутренняя среда физкультурно-спортивной организации | 5 | 2 | 2 | 0 | 4 |
| 5. | Тема 5. Основные маркетинговые проблемы физкультурно-спортивных организаций | 5 | 2 | 2 | 0 | 4 |
| 6. | Тема 6. Подготовительный этап проведения маркетингового исследования. | 5 | 0 | 4 | 0 | 6 |
| 7. | Тема 7. Основной этап проведения маркетингового исследования. | 5 | 0 | 4 | 0 | 6 |
| 8. | Тема 8. Заключительный этап проведения маркетингового исследования. | 5 | 0 | 2 | 0 | 6 |
| | Итого | | 10 | 20 | 0 | 38 |

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность маркетинговых исследований и их роль для физкультурно-спортивной организации

Понятие маркетингового исследования. Физкультурно-спортивная организация как маркетинговый субъект. Роль маркетинговых исследований в развитии организации, спортивных услуг, тренерской деятельности в образовательных учреждениях. Цель маркетинговых исследований. Анализ рынка спортивных услуг в городе Елабуга, в республике Татарстан.

Тема 2. Основные категории в маркетинговом исследовании.

Маркетинговое исследование. Цель и задачи маркетингового исследования. Объект маркетингового исследования. Субъект маркетингового исследования. Генеральная совокупность. Выборочная совокупность. Виды информации для маркетингового исследования: первичная и вторичная. Методология проведения маркетингового исследования

Тема 3. Внешняя среда физкультурно-спортивной организации

Факторы внешней среды физкультурно-спортивной организации. Культура как фактор внешней среды в деятельности физкультурно-спортивной организации. Экономика как фактор внешней среды в деятельности физкультурно-спортивной организации. Общество как фактор внешней среды в деятельности физкультурно-спортивной организации. Политика. Конкуренты. Потребители. Контактная аудитория.

Тема 4. Внутренняя среда физкультурно-спортивной организации

Факторы внутренней среды. Цель как фактор внутренней среды в деятельности физкультурно-спортивной организации. Задачи как фактор внешней среды в деятельности физкультурно-спортивной организации. Технологии как фактор внешней среды в деятельности физкультурно-спортивной организации. Люди как фактор внешней среды в деятельности физкультурно-спортивной организации. Оборудование как фактор внешней среды в деятельности физкультурно-спортивной организации.

Тема 5. Основные маркетинговые проблемы физкультурно-спортивных организаций

Изложение сути как проблема маркетинговых исследований физкультурно-спортивной организации.
Разведочное исследование как проблема маркетинговых исследований физкультурно-спортивной организации.
Вероятность ошибки как проблема маркетинговых исследований физкультурно-спортивной организации.
Формулирование выводов как проблема маркетинговых исследований физкультурно-спортивной организации.

Тема 6. Подготовительный этап проведения маркетингового исследования.

Определение целей и этапов проведения маркетингового исследования. Определение сегмента маркетингового исследования. Популяризация метода, в результате чего создаются благоприятные условия для выполнения определенных аналитических исследований. Создание временной исследовательской группы. Разработка подробного календарного плана выполнения исследования. Оформление все нормативных документов.

Тема 7. Основной этап проведения маркетингового исследования.

Сбор и анализ первичных маркетинговых данных. Сложности в сборе первичных данных о физкультурно-спортивной деятельности в городе на примере города Елабуги. Сбор вторичных данных в ходе маркетингового исследования физкультурно-спортивных услуг. Опрос. Анкетирование. Тестирование. Интервьюирование. Наблюдение. Эксперимент.

Тема 8. Заключительный этап проведения маркетингового исследования.

Извлечение из совокупности полученных данных наиболее важных сведений и результатов. Сведение полученных данных в таблицы. Определение методов статистики. Представление полученных результатов. Анализ полученных данных, рассуждение, формулировка выводов, корректировка методов маркетингового исследования.

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 5

| Этап | Форма контроля | Оцениваемые компетенции | Темы (разделы) дисциплины |
|------|-------------------------|-------------------------|--|
| | Текущий контроль | | |
| 1 | Устный опрос | ПК-3 , ПК-5 , ПК-1 | 1. Сущность маркетинговых исследований и их роль для физкультурно-спортивной организации 2. Основные категории в маркетинговом исследовании. 3. Внешняя среда физкультурно-спортивной организации 4. Внутренняя среда физкультурно-спортивной организации 5. Основные маркетинговые проблемы физкультурно-спортивных организаций 6. Подготовительный этап проведения маркетингового исследования. 7. Основной этап проведения маркетингового исследования. 8. Заключительный этап проведения маркетингового исследования. |
| 2 | Письменная работа | ПК-1 , ПК-3 , ПК-5 | 1. Сущность маркетинговых исследований и их роль для физкультурно-спортивной организации 2. Основные категории в маркетинговом исследовании. 3. Внешняя среда физкультурно-спортивной организации 4. Внутренняя среда физкультурно-спортивной организации 5. Основные маркетинговые проблемы физкультурно-спортивных организаций 6. Подготовительный этап проведения маркетингового исследования. 7. Основной этап проведения маркетингового исследования. 8. Заключительный этап проведения маркетингового исследования. |

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 5 | | | | | |
| Текущий контроль | | | | | |
| 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. | 1 |
| 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. | 2 |

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 5

Текущий контроль

1. Устный опрос

Темы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

1 Сущность маркетинговых исследований и их роль для физкультурно-спортивной организации.

1.1. Маркетинговые исследования как самостоятельная научная дисциплина

1.2. Значение маркетинговых исследований для физкультурно-спортивной организации.

1.3. Предпосылки и развитие теории маркетинговых исследований

2 Основные категории в маркетинговом исследовании.

2.1. Объекты и предметы маркетинговых исследований и их специфика.

2.2. Цели и примеры маркетинговых задач, требующих исследования.

2.3. Развитие технологии и направлений маркетинговых исследований.

2.4. Разнообразие спектра направлений маркетинговых исследований.

2.5. Принципы маркетинговых исследований.

2.6. Характеристика общенаучных методов маркетинговых исследований.

2.7. Характеристика аналитико-прогностических методов маркетинговых исследований.

2.8. Методы и приемы, заимствованные из разных областей знаний.

3 Внешняя среда физкультурно-спортивной организации

3.1. Культура как фактор внешней среды физкультурно-спортивной организации

3.2. Экономика как фактор внешней среды физкультурно-спортивной организации

3.3. Политика как фактор внешней среды физкультурно-спортивной организации

3.4. Конкуренты как фактор внешней среды физкультурно-спортивной организации

3.5. Потребители как фактор внешней среды физкультурно-спортивной организации

4 Внутренняя среда физкультурно-спортивной организации

4.1. Цель как фактор внутренней среды физкультурно-спортивной организации

4.2. Задачи как фактор внутренней среды физкультурно-спортивной организации

4.3. Технологии как фактор внутренней среды физкультурно-спортивной организации

4.4. Оборудование как фактор внутренней среды физкультурно-спортивной организации

4.5. Люди как фактор внутренней среды физкультурно-спортивной организации

5 Основные маркетинговые проблемы физкультурно-спортивных организаций

5.1. Процесс старения наций как маркетинговая проблема физкультурно-спортивной организации

5.2. Изменяющийся тип семьи как маркетинговая проблема физкультурно-спортивной организации

5.3. Увеличение свободного времени как маркетинговая проблема физкультурно-спортивной организации

5.4. Изменение популярности видов спорта как маркетинговая проблема физкультурно-спортивной организации

6 Подготовительный этап проведения маркетингового исследования.

6.1. Понятие и признаки маркетинговой информации.

6.2. Свойства маркетинговой информации.

6.3. Классификационные признаки и виды маркетинговой информации.

6.4. Источники и методы сбора маркетинговой информации.

6.5. Первичные источники информации.

6.6. Вторичные источники информации.

6.7. Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Голубкову Е.П.

6.8. Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Аакеру Д., Кумару В., и Дей Дж.

6.9. Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Малхорте Н.К.

6.10. Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Черчиллю Г.А.

7 Основной этап проведения маркетингового исследования.

7.1. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.

7.2. Метод фокус-группы, его достоинства и недостатки.

7.3. Глубинное интервью и анализ протокола.

7.4. Проекционные методы.

7.5. Методы опроса, их достоинства и недостатки.

7.6. Панельный метод обследования.

7.7. Методы получения данных от респондентов.

2. Письменная работа

Темы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

1. Предпосылки и развитие теории маркетинговых исследований.

2. Маркетинговые исследования как самостоятельная научная дисциплина.

3. Объекты и предметы маркетинговых исследований и их специфика.
4. Цели и примеры маркетинговых задач, требующих исследования.
5. Развитие технологии и направлений маркетинговых исследований.
6. Разнообразие спектра направлений маркетинговых исследований.
7. Принципы маркетинговых исследований.
8. Характеристика общенаучных методов маркетинговых исследований.
9. Характеристика аналитико-прогностических методов маркетинговых исследований.
10. Методы и приемы, заимствованные из разных областей знаний.
11. Понятие и признаки маркетинговой информации.
12. Свойства маркетинговой информации.
13. Классификационные признаки и виды маркетинговой информации.
14. Источники и методы сбора маркетинговой информации.
15. Первичные источники информации.
16. Вторичные источники информации.
17. Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях по Голубкову Е.П.
18. Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях по Аакеру Д., Кумару В., и Дей Дж.
19. Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях по Малхорте Н.К.
20. Этапы и процедуры маркетинговых исследованиях по Черчиллю Г.А.
21. Этап определения проблемы и целей исследования.
22. Метод логико-смыслового моделирования.

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 5 | | | |
| Текущий контроль | | | |
| 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. | 1 | 40 |
| 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. | 2 | 10 |

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

7.1 Основная литература:

1. 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>
2. 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.; 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-98281-157-8.-URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=180800>

3. 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:

1. 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>
2. Мазилкина, Е.И. Менеджмент: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 197 с. -URL:<http://znanium.com/bookread2.php?book=754605>
3. 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 кейсов Киселева - <https://keykis.ru>

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

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

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. Заканчивая 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. |

| Вид работ | Методические рекомендации |
|------------------------|--|
| 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 |
| устный опрос | 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. |
| письменная работа | Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения. Во введении студент кратко обосновывает актуальность избранной темы проектной работы, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования. В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы. В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. |

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

Освоение дисциплины "Маркетинговые исследования в отрасли физической культуры и спорта" 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 электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.

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

Освоение дисциплины "Маркетинговые исследования в отрасли физической культуры и спорта" 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 44.04.01 "Педагогическое образование" и магистерской программе Профессиональная подготовка в области физической культуры и спорта .