

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ
проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Маркетинг в спорте Б1.В.ДВ.03.01

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Спортивная журналистика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Автор(ы): Мюллер Д.Г.

Рецензент(ы): Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

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

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

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) доцент, к.н. (доцент) Мюллер Д.Г. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Dmitrij.Mjuller@ksu.r

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-2	Способен к работе над содержанием публикаций СМИ, включая выбор темы публикации (разработка сценариев), подготовка к публикации собственных материалов/работа в эфире, отбор авторских материалов для публикации, редактирование материалов
ПК-3	Способен к организации работы подразделения СМИ, включая разработку концепции авторских проектов, планирование и координацию деятельности подразделения, анализ результатов деятельности подразделения, установление и поддержание контактов с внешней средой
УК-2	способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

Основы экономической теории, экономические основы сферы физической культуры и спорта; сущность и социальную значимость своей профессии, основные проблемы, определяющие конкретную область своей будущей профессии, их взаимосвязь в системе знаний; функции психики, основные потребности человека, эмоции и чувства, мотивацию поведения и деятельности, психические особенности людей разного возраста и пола, социально-психические особенности групп людей, психолого-педагогические средства и способы организации и управления индивидом, группой людей; способы взаимодействия педагога с различными субъектами образовательного процесса; историю, социальную сущность, структуру и функции физической культуры, цели, задачи, основные компоненты педагогического процесса сфере физической культуры; принципы и методы физического воспитания различных контингентов населения, основы теории и методики обучения базовым видам физкультурно-спортивной деятельности; социально-биологические основы, цель, задачи, основные направления двигательной рекреации с различными группами населения; основные положения управленческих наук, организационные основы сферы физической культуры и спорта; конституцию РФ, свои гражданские права и обязанности, законы РФ и органов управления в сфере физической культуры и спорта и образования

Должен уметь:

Анализировать основные экономические события в своей стране и за её пределами, находить и использовать информацию, необходимую для ориентации в основных текущих проблемах экономики и спортивной сфер; анализировать спрос на рынке услуг в сфере ФКИС; Определять общие и конкретные цели и задачи в сфере физического воспитания, спортивной подготовки; , организовывать и проводить физкультурно-массовые мероприятия и спортивные соревнования

Должен владеть:

Навыками использования прав и исполнения обязанностей; различными средствами коммуникации в профессионально деятельности; навыками рационального использования учебно-лабораторного и управленческого оборудования, специальной аппаратуры и современной компьютерной техники; способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами деятельности в сфере физической культуры и спорта в условиях поликультурной среды; способами совершенствования профессиональных знаний и умений путем использования возможностей информационной среды учреждения, региона, области, страны; методами и средствами сбора, обобщения и использования информации о достижениях в сфере физической культуры и спорта, приемами агитационно-пропагандистской работы по привлечению населения к занятиям физической культурой и спортом

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.03.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.02 "Журналистика (Спортивная журналистика)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 2 курсе в 3 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 - 8 часа(ов), в том числе лекции - 2 часа(ов), практические занятия - 6 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 60 часа(ов).

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 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. Методологические основы маркетинга в сфере физической культуры и спорта	3	1	2	0	15
2.	Тема 2. Основы предпринимательства в спортивной сфере	3	0	2	0	15
3.	Тема 3. Виды маркетинга в сфере физической культуры и спорта	3	0	2	0	15
4.	Тема 4. Физкультурнооздоровительные услуги как объект продвижения на рынке	3	1	0	0	15
	Итого		2	6	0	60

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Методологические основы маркетинга в сфере физической культуры и спорта

Маркетинг как наука. Маркетинговые исследования - основа планирования производственной программы. Понятие о рынке. Изучение спроса потребностей. Цели и функции рынок. Рыночные отношения в сфере физической культуры и спорта. Социальная сущность и определение маркетинга. Международный маркетинг. Управление маркетингом. Маркетинг в спорте

Тема 2. Основы предпринимательства в спортивной сфере

Предпринимательство и его организационноправовые формы. Индивидуальные предприниматели. Акционерные общества. Некоммерческие физкультурноспортивные организации. Малый спортивный бизнес и некоторые формы предпринимательской деятельности. Доходы физкультурноспортивных организаций от предпринимательской деятельности. Предпринимательский подход и его реализация. Финансовый менеджмент спортивного предпринимательства. Интрапренёрство и деловая стратегия спортивных организаций.

Тема 3. Виды маркетинга в сфере физической культуры и спорта

Маркетинг, ориентированный на продукт. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Методы изучения рынков сбыта. Маркетинговая деятельность Международного олимпийского комитета. Основные существующие теоретические и практические подходы к разработке, реализации и оценке эффективности мероприятий по мониторингу, выбору и имплементации лучших практик в профильной сфере.

Тема 4. Физкультурно-оздоровительные услуги как объект продвижения на рынке

Социально-культурные услуги, как основной продукт отрасли "физическая культура и спорт". Особенности маркетинга физкультурно-оздоровительных услуг. Предложение и спрос на рынке услуг отрасли "физическая культура и спорт". Закон спроса. Закон предложения. Понятие равновесной цены. Физкультурно-оздоровительные услуги как объект продвижения на потребительском рынке.

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 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "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 3			
	Текущий контроль		
1	Устный опрос	ПК-2	1. Методологические основы маркетинга в сфере физической культуры и спорта
2	Контрольная работа	ПК-3	2. Основы предпринимательства в спортивной сфере
3	Устный опрос	УК-2	3. Виды маркетинга в сфере физической культуры и спорта
4	Устный опрос	УК-3	4. Физкультурно-оздоровительные услуги как объект продвижения на рынке

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
	Зачет	ПК-2, ПК-3, УК-2, УК-3	

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 3					
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 3 4
Контрольная 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
	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 3

Текущий контроль

1. Устный опрос

Тема 1

1. Кто может стать потенциальным потребителем следующих товаров:

- А) компьютеры;
- Б) спортивные тренажеры;
- С) литература по физическому воспитанию детей и подростков;
- Д) боксерская груша;
- Е) акваланги.

2. Перечислите проблемы, с которыми может столкнуться спортивная организация, не занимающаяся маркетингом.
3. Объясните, что вы понимаете под задачами выявления, удовлетворения и возобновления потребностей с позиций маркетинга. Как они связаны между собой?
4. Приведите несколько примеров товаров связанных с занятиями физической культурой и спортом, потребление которых будет определяться каждым из перечисленных факторов:
 - А) возраст;
 - Б) профессия;
 - В) образ жизни;
 - Г) доходы;
 - Д) семья;
 - Е) принадлежность к группе.
5. Вы специалист по маркетингу в фирме. Какие цели вы сформулируете для себя при изучении рынка, если вам предложат:
 - А) организовать футбольный клуб;
 - Б) построить туристический комплекс;
 - С) провести детский спортивный праздник.
6. Расскажите с позиций маркетолога смысл понятия, скрывающийся за словами потребителя о ?недорогом? тренажере, ?комфортабельной? гостинице, ?уютном? физкультурно-оздоровительном клубе.
7. Выделите типы покупательских нужд (заявленных, действительных, незаявленных, приятных, тайных).
 - А) при покупке дорогого спортивного тренажера, известной торговой марки;
 - Б) посещающего небольшой спортивный клуб, расположенный недалеко от дома;
 - В) потребителя услуг элитного спортивного центра.
8. Охарактеризуйте пять концепций маркетинговой деятельности организаций с учетом особенностей сферы ФКиС.
9. В чем заключаются особенности физкультуры и спорта как сферы коммерческой деятельности?
10. Дайте характеристику особенностям организации бизнеса в сфере физкультуры и спорта

2. Контрольная работа

Тема 2

1. Вы решили создать фирму, предоставляющую спортивные услуги. Спланируйте проведение маркетингового исследования для оценки целесообразности Вашей фирмы.
2. Составьте перечень источников информации о рынке спортивных услуг Вашего края (района, города). Сформулируйте предложения о процессе сбора этой информации.
3. Сделайте сегментирование рынка физкультурно-оздоровительных услуг. Выделите наиболее перспективные сегменты. Разработайте предложения по позиционированию физкультурно-оздоровительных услуг на эти сегменты.
4. Предприниматель разделяет рынок сбыта на отдельные, отличающиеся между собой, сегменты для установления каждому сегменту соответствующего инструмента сбыта. Сегментирование осуществляется по объективным критериям, например, полу, возрасту, доходу, месту проживания, интересам покупателей.
5. Каковы критерии отнесения деятельности предприятия к понятию "бизнес"?
6. В чем состоят особенности подготовки к созданию бизнеса в спортивной сфере?
7. В чем заключаются возможные проблемы оценки спроса на рынке?
8. Каким образом осуществляется оценка перспектив коммерциализации продукта на рынке?
9. Каким критериям должен отвечать бизнес-план проекта?
10. Каким образом идентифицируются и оцениваются риски проекта?

3. Устный опрос

Тема 3

1. Разработайте схему канала распределения спортивного продукта: запасные части для спортивного оборудования, спортивные костюмы, база отдыха, - идея: ?в здоровом теле - здоровый дух?, физкультурно-оздоровительный комплекс расположенный в отдаленном микрорайоне города.
2. Через какие капиталы в основном поступают на вашей территории потребительские товары повседневного спроса (приведите конкретные примеры); товары длительного личного потребления (приведите конкретные примеры); инвестиционные товары (приведите конкретные примеры).
3. Магазин спортивной одежды в весенне-летний период года испытывает значительные трудности с реализацией товаров зимнего ассортимента.

ОТВЕТЬТЕ НА ВОПРОСЫ:

- А) Какую из перечисленных ниже стратегий маркетинга должен использовать менеджер:
- ремаркетинг;
 - синхромаркетинг;
 - демаркетинг.

Б) В чем выбранный Вами вариант отличается от других?

В) Перечислите конкретные мероприятия, направленные на стимулирование сбыта.

4. Выберите рекламу (в газете, телевизионной передаче, на плакате), которая Вам не нравится. Объясните почему. Какую рекламу Вы сами сделали бы для этого товара или услуги.

5. В течение 5-10 минут продумайте и напишите (или нарисуйте) рекламу для следующих товаров и услуг.

а) спортивный клуб;

б) спортивное оборудование и инвентарь;

в) туристское снаряжение;

г) идея здорового образа жизни;

д) спортивное питание;

е) физкультурный вуз.

6. Найдите в газетах, журналах, других рекламных средствах 2-3 - примера реклам:

а) спортивного товара;

б) спортивной организации;

в) спортивного события;

г) идеи, связанные с ФКиС

8. Подберите несколько примеров реклам, которые

а) информируют потребителя;

б) убеждают его в необходимости чего-нибудь;

в) напоминают о чем-либо.

6. Основные схемы организации маркетинговой службы на предприятии

7. Основные подходы к выбору схемы коммерциализации продукта

8. Основные принципы выбора схемы продвижения продукта на рынке

9. Ресурсное обеспечение маркетинговых мероприятий

10. Подходы к формированию маркетингового бюджета компании

4. Устный опрос

Тема 4

1. Посетите спортивную секцию в крупном магазине или специализированный спортивный магазин. Рассмотрите несколько категорий товара. Обратите внимание на размеры и цены в пределах товарных категорий. Определите, сравнимы ли цены на товары различных производителей.

2. В одно и тоже время года многие розничные торговцы проводят сезонные распродажи. Примерами могут быть "летняя распродажа", "рождественская распродажа", "новогодняя распродажа". Почему некоторые торговцы проводят эти распродажи каждый год? Может быть эффективнее проводить распродажи не в традиционное время, чтобы отличаться от конкурентов? Почему? Насколько вообще эффективны стратегии установления цен со скидками и зачетами.

3. В практике ценообразования на спортивные товары и физкультурно-оздоровительные услуги найдите примеры несоответствия цены и качества спортивного продукта, объясните их.

4. Сформулируйте и сопоставьте процессы:

процесс выбора потребителями спортивного продукта на основании цены;

процесс выбора потребителями спортивного продукта на основании предпочтения марки;

процесс выбора потребителя спортивного продукта на основании мнений и суждений других потребителей. Как взаимосвязаны эти процессы?

5. В чем особенности физкультурно-оздоровительных услуг как объекта продвижения на рынке?

6. Принципы организации продвижения физкультурно-оздоровительных услуг на рынке

7. Подходы к позиционированию продукта на рынке.

8. Особенности выделения целевых сегментов на рынке

9. Каким образом следует осуществлять позиционирование продукта для выбранных целевых сегментов?

10. Каким образом осуществляется оценка эффективности продвижения продукта на рынке?

Зачет

Вопросы к зачету:

1. В инфляционной ситуации резко возрастают цены на все спортивные товары. Имеет ли место рост спроса во время инфляции? Стимулируют ли инфляционные цены увеличение производства и предложения товаров?

2. Имеется ли взаимосвязь между уровнем издержек производства и эластичностью предложения?

3. От чего зависит спрос на факторы производства? Почему его называют "производным спросом"? Что составляет основу рыночного ценообразования на факторы производства?

4. Минимизация издержек и максимизация прибыли могут изменить спрос фирмы на факторы производства. Почему? Как это происходит?

5. Какие особенности характерны для рынка труда трудовых ресурсов в сфере услуг?

6. В чём заключаются современные особенности подготовки кадров для отрасли "физическая культура и спорт"?

7. Из каких основных видов выплат складывается доход работника физической культуры и спорта?

8. Что называют маркетингом? Почему предприятия и организации прибегают к маркетингу?

9. Почему в маркетинге важно изучать потребности в физкультурно-оздоровительных услугах?
10. Как спортивная организация изучает рынки сбыта физкультурно-оздоровительных услуг?
11. Что называется жизненным циклом услуг? С какой целью изучается жизненный цикл услуг?
12. Что представляют собой цена и качество физкультурно-оздоровительных услуг?
13. Перечислите виды физкультурно-оздоровительных услуг.
14. Каковы различия между общественными и частными спортивно-оздоровительными клубами?
15. Охарактеризуйте особенности маркетинга физкультурно-оздоровительных услуг.
16. Каковы источники доходов существующих спортивно-оздоровительных центров, клубов в России?
17. Кто может стать потенциальным потребителем следующих товаров:
 - а) компьютеры;
 - б) спортивные тренажеры;
 - в) литература по физическому воспитанию детей и подростков;
 - г) боксерская груша;
 - д) акваланги.
18. Перечислите проблемы с которыми может столкнуться спортивная организация, не занимающаяся маркетингом.
19. Вы специалист по маркетингу в фирме. Какие цели вы сформулируете для себя при изучении рынка, если вам предложат:
 - а) организовать футбольный клуб;
 - б) построить туристический комплекс;
 - в) провести детский спортивный праздник.
20. Выделите типы покупательских нужд (заявленных, действительных, незаявленных, приятных, тайных)
 - а) при покупке дорогого спортивного тренажера, известной торговой марки;
 - б) посещающего небольшой спортивный клуб, расположенный недалеко от дома;
 - в) потребителя услуг элитного спортивного центра.
21. Охарактеризуйте пять концепций маркетинговой деятельности организаций с учетом особенностей сферы ФКиС.
22. Вы решили создать фирму, предоставляющую спортивные услуги. Спланируйте проведение маркетингового исследования для оценки целесообразности Вашей фирмы.
23. Составьте перечень источников информации о рынке спортивных услуг Вашего края (района, города). Сформулируйте предложения о процессе сбора этой информации.
24. Сделайте сегментирование рынка физкультурно-оздоровительных услуг. Выделите наиболее перспективные сегменты. Разработайте предложения по позиционированию физкультурно-оздоровительных услуг на эти сегменты.
25. Посетите спортивную секцию в крупном магазине или специализированный спортивный магазин. Рассмотрите несколько категорий товара. Обратите внимание на размеры и цены в пределах товарных категорий. Определите, сравнимы ли цены на товары различных производителей.
26. В практике ценообразования на спортивные товары и физкультурно-оздоровительные услуги найдите примеры несоответствия цены и качества спортивного продукта, объясните их.
27. Дайте определение понятия спортивный менеджер, маркетинг, спортивный маркетолог?
28. Какие три основные роли отводят менеджеру в процессе управления?
29. Что такое факторинг? Что такое субаренда?
30. Дайте определение понятия инфляции? Назовите три вида инфляции? В чем Вы видите причины инфляции?
31. Что такое лицензия; патент?
32. Какова схема маркетинговой деятельности предприятия?
33. Что такое интрапренёр и антрапренёр? Что такое "НочУХау"?
34. С чего следует начинать спортивной организации, принимающей за реализацию лицензионной продукции?
35. Как сделать физкультурно-оздоровительный комплекс доступным и привлекательным для клиентов?
36. Какие особенности имеют спортивные сооружения, находящиеся на самофинансировании? Из чего формируется имидж Вашего клуба?
37. От чего зависит уровень заработной платы у тренеров? Как ее повысить?
38. Какие факторы надо учитывать при установлении цены на спортивно-оздоровительные услуги? Как сделать ФОК прибыльным?
39. Что такое рынок? Какой рынок принято называть идеальным, реальным, цивилизованным?
40. Проблемы профессионализации большого спорта?
41. Что должен делать спортивный менеджер для успешного выполнения своих обязанностей?

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 3			
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	10
		3	10
		4	15
Контрольная работа	Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдается преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	2	15
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:

1. Починкин А.В., Ивент-менеджмент в сфере физической культуры и спорта [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.В. Починкин - М. : Спорт, 2016. - 384 с. - ISBN 978-5-906839-55-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785906839558.html>
2. Степанова О.Н., Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций: Учебное пособие. В 2-х ч. Ч. I [Электронный ресурс] / Степанова О.Н. - М. : Прометей, 2012. - 224 с. - ISBN 978-5-7042-2363-4 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785704223634.html>
3. Степанова О.Н., Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций: Учеб. пособие. В 2-х ч. Ч. II [Электронный ресурс] / Степанова О.Н. - М. : Прометей, 2013. - 268 с. - ISBN 978-5-7042-2462-4 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785704224624.html>
4. Алтухов С.В., Ивент-менеджмент в спорте. Управление спортивными мероприятиями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / С.В. Алтухов - М. : Советский спорт, 2013. - 200 с. - ISBN 978-5-9718-0686-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785971806868.html>

7.2. Дополнительная литература:

1. Мельникова Н.Ю., История физической культуры и спорта [Электронный ресурс]: учебник / Н.Ю. Мельникова, А.В. Трескин - М. : Спорт, 2017. - 432 с. - ISBN 978-5-906839-97-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785906839978.html>
2. Энциклопедия рейтингов: экономика, общество, спорт / Карминский А.М., Полозов А.А. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 448 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/536697>
3. Универсальная журналистика: Учебник для вузов [Электронный ресурс] / Шестеркина Л.П. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 480 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708417.html>

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

Маркетинг журнал - www.4p.ru

РосБизнесКонсалтинг. Исследования рынков по регионам РФ - marketing.rbc.ru

Российский маркетинг-клуб - www.marketingclub.ru

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В рамках изучения курса студенты должны обратить внимание на внимательную фиксацию лекционного материала, дополняемого вспомогательными материалами, в том числе материалами по курсу в электронном виде. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельным и письменным работам, устным опросам и итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы
практические занятия	В рамках практических занятий студенты должны обратить внимание на материалы по курсу в электронном виде. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельным и письменным работам, устным опросам и итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы
самостоятельная работа	В рамках самостоятельной работы студенты должны обратить внимание на вспомогательные материалы, в том числе материалы по курсу в электронном виде. Подготовка к самостоятельным и письменным работам, устным опросам и итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы
устный опрос	Подготовка к устным опросам и итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы. При осуществлении подготовки к принятию участия в устном опросе студенты должны подробнейшим образом изучить соответствующие лекционные и вспомогательные материалы
контрольная работа	При организации и осуществлении подготовки к контрольной работе студенты должны подробнейшим образом изучить соответствующие лекционные материалы. Подготовка к практическим занятиям, самостоятельным и письменным работам, устным опросам и итоговому контролю осуществляется также в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы
зачет	В рамках подготовки к зачету после изучения курса студенты должны обратить самое пристальное внимание на содержание лекционного материала, дополняемого вспомогательными материалами, в том числе материалами по курсу в электронном виде. Подготовка к итоговому контролю осуществляется в соответствии с перечнем вопросов, приведенных в соответствующих разделах рабочей программы

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

Освоение дисциплины "Маркетинг в спорте" 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 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.

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

Освоение дисциплины "Маркетинг в спорте" 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.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

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 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе Спортивная журналистика .