

ИНФОРМАЦИОННАЯ СПРАВКА

По дисциплине **Маркетинг физической культуры и спорта** для студентов 4 курса, очной формы обучения, обучающихся по направлению 49.03.01 «Физическая культура», профилю «Спортивный менеджмент» на 2018-2019 учебный год

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Кафедра	Теоретико-методических основ физической культуры и спорта с курсом гуманитарных и социально-экономических дисциплин
Ведущий преподаватель	Боровских Светлана Вячеславовна
e-mail	swph7@mail.ru
Сроки изучения дисциплины	7 семестр
Трудоемкость дисциплины (в часах / зачетных ед.)	72/2
Количество лекционных занятий (часов)	14 часа
Количество практических занятий (часов)	18 часов
Объём самостоятельной работы студентов (в часах)	40 часов
Форма промежуточного контроля	Зачет

2. ВИДЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ, ОЦЕНКА В БАЛЛАХ

2.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование разделов и тем	Кол-во часов			Кол-во баллов по каждому виду контроля					
		Л	ПиС	СРС	Пос. лекций	Пос. сем.	Работа на сем.	СРС	Экз	Зач
1.	Сущность маркетинга в сфере ФКиС	2	2	6	1	1	5	5		
2.	Рынок физкультурно-спортивных услуг и товаров	2	2	6	1	1	5	5		
3.	Покупательское поведение на рынке ФКиС	2	2	7	1	1	5	6		
4.	Маркетинговые исследования в сфере ФКиС	2	4	7	1	2	5	6		
5.	Ценовая политика физкультурно-спортивной организации	2	4	7	1	2	5	6		
6.	Маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивной организации	4	4	7	2	2	5	6		
	Текущий контроль ЗУН по темам 1-6									20
	ИТОГО	14	18	40	7	9	30	34		20
	Всего	72			100					

2.2 ПЛАНИРОВАНИЕ ВНЕАУДИТОРНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Наименование темы, раздела	Вид СРС	Бюджет времени (час.)	Кол-во баллов
1	Сущность маркетинга в сфере ФКиС	Задание 1. Разработка комплекса маркетинга для новой услуги в сфере ФКиС	6	5
2	Рынок физкультурно-спортивных услуг и товаров	Задание 1. Провести анализ маркетинговой среды известной студенту физкультурно-спортивной организации	6	5
3	Покупательское поведение на рынке ФКиС	Задание 1. Составить портреты «типичного потребителя» для 3 товаров или услуг сферы ФКиС по выбору студента	7	6
4	Маркетинговые исследования в сфере ФКиС	Задание 1. Подготовка доклада в форме презентации на тему: «Маркетинговые исследования спроса на услуги ФКиС»	7	6
5	Ценовая политика физкультурно-спортивной организации	Задание 1: Провести сравнительный анализ ценовой политики двух физкультурно-спортивных организаций по выбору студента	7	6
6	Маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивной организации	Задание 1. Сравнительный анализ рекламных кампаний спортивных клубов в г. Иркутске: их сильные и слабые стороны, рекомендации студента по исправлению недостатков	7	6
	ИТОГО:		40	34 б.

2.2.ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

Максимальное количество баллов начисляется при условии выполнения задания на «отлично»; при выполнении задания на «хорошо» начисляется 80% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «удовлетворительно» начисляется 60% от максимального количества баллов; при выполнении задания на «неудовлетворительно» баллы не начисляются.

2.3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ ПО ВИДАМ КОНТРОЛЯ

Текущая и итоговая аттестация знаний студентов по дисциплине осуществляется на основе балльной системы контроля качества знаний. Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.

Виды (формы) контроля	Распределение баллов		
	Кол-во	Количество баллов за один вид контроля	Общее кол-во баллов
Посещение аудиторных занятий (лекции, практические занятия)	16	1	16
Написание самостоятельной работы	6	5-6	34
Выступление по теме самостоятельной работы	6	5	30
Зачет (текущий контроль ЗУН по разделам)	1	20	20
Всего:			100

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВИДЫ КОНТРОЛЯ

В случае пропуска аудиторных занятий по уважительной причине (болезнь, УТС и т.п.),.....

В случае невыполнения или выполнения заданий в недостаточном для положительной оценки объеме, студент сдает экзамен (зачет) по билетам.

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Основная:

1. Алексеев С.В. Спортивный маркетинг. Правовое регулирование [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Маркетинг», «Юриспруденция» и «Физическая культура и спорт» / С.В. Алексеев. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 647 с. — 978-5-238-02624-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34512.html>

2. Дополнительная литература:

1. Степанова, О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций : учебное пособие : В 2 ч / О.Н. Степанова ; Министерство образования и науки Российской Федерации федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский педагогический государственный университет». - М. : Прометей, 2012. - Ч. I. - 221 с. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-7042-2363-4 ; То же [Электронный ресурс]. - <http://www.iprbookshop.ru/26940>

2. Степанова, О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций: Учебное пособие. В 2-х ч: учебное пособие / О.Н. Степанова. - М. : МПГУ; Издательство «Прометей», 2013. - Ч. II. - 268 с. - ISBN 978-5-7042-2462-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/26941>

3. Другие источники:

Библиотеки

Российская государственная библиотека (г. Москва), каталог	http://www.rsl.ru http://www.rsl.ru/r_resl.htm
Российская национальная библиотека (г. Санкт-Петербург), каталог	http://www.nlr.ru http://www.nlr.ru/poisk/r_book.htm
Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту	http://www.infosport.ru/spotlib/index.htm
Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru.	http://elibrary.ru/defaultx.asp
Библиотека РАН (г. Санкт-Петербург)	http://www.ban.ru
Библиотека Московского государственного университета	http://www.lib.msu.ru
Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университета	http://www.lib.pu.ru/rus
<i>Журналы</i>	
Маркетинг в России и за рубежом	http://www.mavriz.ru
Теория и практика маркетинга	www.4p.ru
Публикации по вопросам маркетинга	www.marketing.spb.ru
Журнал о маркетинге и рекламе	www.marketolog.ru
Энциклопедия рекламы	www.adme.ru
Спорт для всех	http://www.infosport.ru/press/sfa/index.htm

4. ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплине

Набранные баллы	<51	51-60	61-67	68-84	85-93	94-100
Словесно-цифровое выражение оценки	2 Неудовлетворительно		3 Удовлетворительно	4 Хорошо	5 Отлично	
	Не зачтено		Зачтено			
Оценка по шкале ECTS	F	E	D	C	B	A

И.о. зав. кафедрой ТМО ФКиС с курсом ГСЭД, к.э.н. Боровских С.В.
Ведущий преподаватель к.э.н., доцент кафедры ТМО ФКиС с курсом ГСЭД Боровских С.В.

