

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ГИ



А.А. Горбунов

17 сентября 2020 г.

Кафедра «Сервис и туризм»

Автор Каргин Николай Николаевич, д.ф.н., доцент

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Спортивный маркетинг»

Направление подготовки:	38.03.02 – Менеджмент
Профиль:	Менеджмент в спортивной индустрии
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2019

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 17 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой  И.В. Федякин
--	--

Москва 2020 г.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Спортивный маркетинг» является изучение студентами основных теорий, концепций, ключевых проблем и базовых технологий современного маркетинга, а также выработка базовых навыков принятия и реализации маркетинговых решений.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Спортивный маркетинг" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-34	Способен к освоению теоретических основ управления проектами в спортивных организациях на основе применения современных методов проектирования
--------	--

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетных единиц (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

лекции с использованием мультимедиа средств, интерактивный семинар, деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций, бизнес тренинги, анализ видеозаписей, внеаудиторная работа студента .

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Тема: Сущность и содержание маркетинга в сфере физической культуры и спорта

Тема: Маркетинговый продукт в сфере физической культуры и спорта
опросы: устный, письменный, в том числе блиц-опрос (не более 15 минут);
подготовка эссе;
доклады на семинарах;
участия в конференциях;

ТК-1

Тема: Специфические особенности маркетинга в сфере физической культуры и спорта

Тема: Менеджмент маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта

Тема: Содержание маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта

Тема: Разработка комплекса маркетинга в сфере физической культуры и спорта

Тема: Основы теории поведения потребителя физкультурно-спортивных услуг
опросы: устный, письменный, в том числе блиц-опрос (не более 15 минут);

подготовка эссе;
доклады на семинарах;
участия в конференциях;

ТК-2

ЗАЩИТА Курсовая работа

Тема: Экономические аспекты теории поведения покупателей

Тема: Маркетинговое управление в сфере физической культуры и спорта

Зачет