

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

Кафедра «Экономика транспортной инфраструктуры и управление
строительным бизнесом»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Спортивный маркетинг»

Направление подготовки:	<u>38.03.02 – Менеджмент</u>
Профиль:	<u>Менеджмент в спортивной индустрии</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

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