

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ 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 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.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Маркетинг:

Знания: основы экономических наук

Умения: использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

Навыки: приемами анализа ситуации на основе экономических данных

2.1.2. Теория менеджмента:

Знания: основные этапы развития менеджмента как науки и профессии

Умения: принципы развития и закономерности функционирования организации

Навыки: роли, функции и задачи менеджера в современной организации

2.2. Наименование последующих дисциплин

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ),
СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-34 Способен к освоению теоретических основ управления проектами в спортивных организациях на основе применения современных методов проектирования	ПКС-34.1 Осуществляет анализ управления проектами в спортивных организациях, разрабатывает базовые бизнес-проекты ПКС-34.2 Выполняет научно- и практико-ориентированный выбор современных методов проектирования при управления при разработке проектов

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетных единиц (108 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 8
Контактная работа	34	34,15
Аудиторные занятия (всего):	34	34
В том числе:		
лекции (Л)	6	6
практические (ПЗ) и семинарские (С)	28	28
Самостоятельная работа (всего)	74	74
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	108	108
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	3.0	3.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1	ПК1
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

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

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/Т П	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	8	Тема 1 Сущность и содержание маркетинга в сфере физической культуры и спорта	,5		4		10	14,5	
2	8	Тема 2 Маркетинговый продукт в сфере физической культуры и спорта	,5		4		9	13,5	ПК1, опросы: устный, письменный, в том числе блиц- опрос (не более 15 минут); подготовка эссе; доклады на семинарах; участия в конференциях; ТК- 1
3	8	Тема 3 Специфические особенности маркетинга в сфере физической культуры и спорта	1		4		7	12	
4	8	Тема 4 Менеджмент маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта	1		4		7	12	
5	8	Тема 5 Содержание маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта	1		4		10	15	
6	8	Тема 6 Разработка комплекса маркетинга в сфере физической культуры и спорта	,5		2		7	9,5	
7	8	Тема 7 Основы теории	,5		2		10	12,5	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/Т П	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		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							
8	8	Тема 8 Экономические аспекты теории поведения покупателей	,5		2		7	9,5	
9	8	Тема 9 Маркетинговое управление в сфере физической культуры и спорта	,5		2		7	9,5	
10	8	Зачет						0	ЗаО
11		Всего:	6		28		74	108	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 28 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего ча- сов/ из них часов в интерак- тивной форме
1	2	3	4	5
1	8	Тема: Сущность и содержание маркетинга в сфере физической культуры и спорта	Сущность и содержание маркетинга в сфере физической культуры и спорта Подготовка к аудиторным занятиям. Выявить специфические особенности спортивного маркетинга, определить сущность и содержание основных видов маркетинговой деятельности в спорте. Теоретические основы и практика применения знаний в области менеджмента в спорте. Каргин Н.Н., Простов А.Ф., Давтян Д.М. Москва 2015	4
2	8	Тема: Маркетинговый продукт в сфере физической культуры и спорта	Маркетинговый продукт в сфере физической культуры и спорта	4
3	8	Тема: Специфические особенности маркетинга в сфере физической культуры и спорта	Специфические особенности маркетинга в сфере физической культуры и спорта	4
4	8	Тема: Менеджмент маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта	Менеджмент маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта	4
5	8	Тема: Содержание маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта	Содержание маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта	4
6	8	Тема: Разработка комплекса маркетинга в сфере физической культуры и спорта	Разработка комплекса маркетинга в сфере физической культуры и спорта	2
7	8	Тема: Основы теории поведения потребителя физкультурно-спортивных услуг	Основы теории поведения потребителя физкультурно-спортивных услуг	2
8	8	Тема: Экономические аспекты теории поведения покупателей	Экономические аспекты теории поведения покупателей	2
9	8	Тема: Маркетинговое управление в сфере физической культуры и спорта	Маркетинговое управление в сфере физической культуры и спорта	2
ВСЕГО:				28 / 0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Студентам предлагается выполнить курсовой проект по следующим темам:

1. Маркетинговая стратегия продвижения физкультурно-спортивной услуги (по выбору студента);
2. Маркетинговая стратегия продвижения физкультурно-спортивного товара (по выбору студента);
3. Сравнительный анализ позиционирования на рынке физкультурно-спортивных услуг (по выбору студента);
4. Сравнительный анализ позиционирования на рынке физкультурно-спортивных товаров (по выбору студента);

В рамках выбранной темы каждый студент структурирует и раскрывает содержание курсового проекта по своему усмотрению.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

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

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	8	Тема 1: Сущность и содержание маркетинга в сфере физической культуры и спорта	Подготовка к аудиторным занятиям.	10
2	8	Тема 2: Маркетинговый продукт в сфере физической культуры и спорта	Маркетинговый продукт в сфере физической культуры и спорта	9
3	8	Тема 3: Специфические особенности маркетинга в сфере физической культуры и спорта	Специфические особенности маркетинга в сфере физической культуры и спорта	7
4	8	Тема 4: Менеджмент маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта	Менеджмент маркетинговых коммуникаций в сфере физической культуры и спорта	7
5	8	Тема 5: Содержание маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта	Содержание маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта	10
6	8	Тема 6: Разработка комплекса маркетинга в сфере физической культуры и спорта	Разработка комплекса маркетинга в сфере физической культуры и спорта	7
7	8	Тема 7: Основы теории поведения потребителя физкультурно-спортивных услуг	Основы теории поведения потребителя физкультурно-спортивных услуг	10
8	8	Тема 8: Экономические аспекты теории поведения покупателей	Экономические аспекты теории поведения покупателей	7
9	8	Тема 9: Маркетинговое управление в сфере физической культуры и спорта	Маркетинговое управление в сфере физической культуры и спорта	7
ВСЕГО:				74

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Управление физкультурным движением и спортивный менеджмент	Вилькин Я.Р.	Москва, 2011	Все разделы
2	Маркетинг-программа деятельности спортивной организации (на примере спортивно-коммерческого клуба "Россия")	Горшков В.Е	Москва, 2012	Все разделы
3	Спорт и маркетинг	Гуськов С.И.	Москва, 2013	Все разделы
4	Маркетинг в сфере ФКиС: монография	Степанова О.Н	Москва, 2012	Все разделы
5	Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Содержание, стратегия, коммуникация	Дудов В.А.	СПб, 2010	Все разделы
6	Теоретические основы и практика применения знаний в области менеджмента в спорте.	Каргин Н.Н., Простов А.Ф., Давтян Д.М.	Москва, 2015	Все разделы
7	Методологические основы маркетинга вида спорта	Кузин В.В.	Москва, 2012	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
8	Теория развития предпринимательства и поведение покупателя.	Кураков Л.П.	Москва, Пресс-Сервис, 2007	Все разделы
9	Маркетинговые исследования.	Голубков Е.П.	Москва, 2007	Все разделы
10	Методы научных исследований.	Каргин Н.Н.	Москва, 2011	Все разделы
11	Как побеждать на рынке	Ноздрева Р.Б.	Москва, 2007	Все разделы
12	Продвижение товаров и услуг	Попов Е.В	Москва, Финансы и статистика, 2010	Все разделы
13	Олимпийский маркетинг	Рубин С.	М., 2009	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- 1.<http://library.miit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ
- 2.marketing-in-russia.ru/tag/sport-marketing

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Учебный процесс по дисциплине «Спортивный маркетинг» обеспечивается программами пакета Microsoft Office. При проведении промежуточной аттестации могут использоваться тесты в электронном виде с применением программы АСТ_SWAT.

При прохождении учебной дисциплины используются только лицензионные компакт-диски, соответствующие имеющейся в университете операционной системе и изданные не ранее 2001-го года.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Материально-техническое обеспечение дисциплины предполагает наличие в аудитории мультимедийного оборудования и доступа в Интернет.

Промежуточная аттестация (вариант) может представлять собой компьютерное тестирование и проводиться в специализированных компьютерных классах с установленной программой АСТ_SWAT.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение учебного материала, после занятий и во время специально организуемых консультаций он может задать преподавателю интересующие его вопросы.

Лекционные занятия составляют основу теоретического обучения и дают систематизированные основы знаний по дисциплине, раскрывают состояние и перспективы развития соответствующей области науки, концентрируют внимание обучающихся на наиболее проблемных вопросах темы, стимулируют познавательную деятельность студентов и способствуют развитию их творческого мышления. Главная задача лекционного курса – сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими специалистами основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции лекций:

- познавательно-обучающая;
- развивающая;
- ориентирующе-направляющая;
- активизирующая;
- воспитательная;
- организующая;
- информационная.

Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования

профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке специалиста важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ психологии как науки, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий. Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачету и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.