

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра физической культуры и спорта**

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.О.04.10 «Спортивный маркетинг»
(название дисциплины)

Направление подготовки
44.04.01. – Педагогическое образование

Профиль подготовки
Менеджмент в физической культуре

Южно-Сахалинск, 2025 г.

1. Цели и задачи дисциплины.

Цели изучения дисциплины:

- Изучение естественных принципов спортивного маркетинга с учётом современных достижений отечественной и зарубежной науки.
- Создание теоретической основы дисциплины: получение данных в овладении элементами поведения на рынке и самоуправления в сфере спортивного маркетинга; овладение знаниями в области рыночных отношений.

Задачи изучения дисциплины:

1. Формирование первичных понятий маркетинга, необходимых для эффективного изучения других социально-экономических дисциплин; собственного управленческого мировоззрения и управленческой культуры, способности принимать правильные, эффективные маркетинговые решения в своей профессиональной деятельности; навыков и умений обобщения и использования информации о достижениях в области отраслевого управления; способности ориентироваться в современной системе органов управления ФКиС в России.
2. Овладение знаниями о современных методах маркетинга в организациях физкультурно-спортивной направленности; технологией подготовки и принятия верных решений, а также организации их выполнения.
3. Изучение маркетинговых отношений и законов, складывающихся в отрасли ФКиС.
4. Освоение более полного спектра маркетинговых проблем физической культуры и спорта с использованием современной организационно-управленческой информации различного уровня и т.д.

2 Формируемые компетенции и индикаторы их достижения по дисциплине (модулю)

Коды компетенции	Содержание компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Знать: - документацию для оформления управленческих решений - методы документального оформления решений - методы документального оформления решений при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений УК-1.2 Уметь: - разрабатывать документацию для оформления управленческих решений - использовать методы документального оформления решений - методы документального оформления решений при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

		<p>УК-1.3 Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками документированного оформления управленческих решений - методами документального оформления решений - методами документального оформления решений при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>УК-2.1 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности и типы участников коммуникационных процессов; принципы и закономерности процессов коммуникации в коллективе; основы документационного и информационного обеспечения участников организации. <p>УК-2.2 Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять задачи и функции внутренних и внешних коммуникаций; анализировать информацию о функционировании внутреннего документооборота организации; осуществлять информационное обеспечение участников организационных проектов <p>УК-2.3 Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота; навыками ведения баз данных по различным показателям; навыками формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
ПКС-5	Готовностью организовывать и оценивать управленческий процесс с использованием	<p>ПКС-5.1 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативные правовые акты, методические материалы по вопросам организации управления производством, производственного планирования и управления производством, учета и

		<p>анализа инновационных технологий менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития управляемой системы результатов производственно-хозяйственной деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> - стандарты унифицированной системы организационно-распорядительной документации, единая система технологической документации <p>ПКС-5.2 Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать базу данных и разрабатывать организационно управленческую документацию с использованием современных технологий электронного документооборота разрабатывать организационную документацию (графики работ, инструкции, планы, сметы) и составлять управленческую отчетность по утвержденным формам <p>ПКС – 5.3 Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками обеспечения, создания качественной нормативно-методической базы планирования и проведения комплексного анализа деятельности
--	--	---

3. Содержание разделов дисциплины

1. Раздел 1. Теоретико-методологические основы маркетинга физической культуры и спорта

- 1.1 Методологические основы маркетинга ФКиС как науки
- 1.2 Социальная сущность и определение маркетинга ФКиС
- 1.3 Виды спортивного маркетинга
- 1.4 Функции маркетинга ФКиС

Раздел 2. Формы и средства маркетинга физической культуре и спорте

- 2.1 Основы рекламной деятельности
- 2.2 Физкультурно-оздоровительные услуги
- 2.3 Спортивный клуб и его жизненный цикл.
- 2.4 Основы предпринимательства в спорте

Раздел 3. Система товародвижения и продвижения в маркетинге ФКиС

- 3.1 Сегментирование рынка услуг в ФКиС
- 3.2 Стратегия ценообразования в ФКиС
- 3.3 Маркетинговые исследования в сфере ФКиС