

Учебная дисциплина «Спортивный менеджмент и маркетинг»

<p>Место дисциплины в структурной схеме образовательной программы</p>	<p>Образовательная программа бакалавриата (I ступень высшего образования) Специальность 1-03 02 01 «Физическая культура Образовательная программа бакалавриата (I ступень высшего образования) Специальность: 6-05-0115-01 Образование в области физической культуры Компонент учреждения высшего образования. Модуль «Управление и право»</p>
<p>Краткое содержание</p>	<p>Актуальность дисциплины обусловлена необходимостью применения в практической работе современных управленческих технологий, так как вся деятельность, осуществляемая в сфере спорта и физической культуры, является деятельностью управленческой как по форме, так и по содержанию. Основы современного менеджмента – науки об управлении организациями любого типа, в том числе физкультурно-спортивными и туристскими, технологическими процессами и об управлении людьми, работающими в них. Знание основ современного менеджмента и умение применять на практике его основные положения являются необходимым условием эффективной работы спортивных организаций, подготовки спортсменов высокого класса, привлечения людей к занятиям физической культурой, повышения их активности в физкультурно-спортивной деятельности. Целью дисциплины является рассмотрение задач и проблем, актуальных для практики управления физической культурой и спортом.</p>
<p>Формируемые компетенции, результаты обучения</p>	<p>В результате изучения учебной дисциплины студент должен: Знать: теоретические основы современных управленческих технологий;- структуру и принципы построения и деятельности различных спортивных организаций; особенности и направленность работы с персоналом;- правовые основы деятельности физкультурно-спортивных организаций; структуру и особенности маркетинга как управленческой технологии; последовательность шагов и действий в организации маркетинговой деятельности; принципы и методы планирования, продвижения и реализации физкультурно-спортивных товаров и услуг. Уметь: применять управленческие технологии в практической деятельности; использовать методы планирования, контроля и анализа в управлении спортивными организациями; применять методы мотивации персонала спортивных организаций; применять теоретические методы маркетингового анализа рынка физкультурно-спортивных товаров и услуг; использовать методологические приемы и методы разработки маркетинговых программ и бизнес-планов. Владеть: основами организации физкультурно-спортивной деятельности; навыками создания и руководства спортивной организацией; основными приемами и методами проведения маркетинговых исследований; навыками разработки маркетинговых программ.</p>
<p>Пререквизиты</p>	<p>Правовые основы физической культуры и спорта, Социология физической культуры и спорта, Теория и методика физической культуры, Теория спорта, Организация и экономика физической культуры и спорта.</p>

Трудоемкость	3 зачетные единицы, 90 академических часов, из них 40 аудиторных, 30 лекций, 10 семинарских
Семестр(ы), требования и формы текущей и промежуточной аттестации	8 семестр зачет, контроль аудиторных занятий (контрольная работа, тест, коллоквиум)