

Учебная дисциплина «Спортивный менеджмент и маркетинг»

<p>Место дисциплины в структурной схеме образовательной программы</p>	<p>Образовательная программа бакалавриата (I степень высшего образования)</p> <p><i>Специальность</i> 1-88 02 01 Спортивно-педагогическая деятельность (по направлениям); направление специальности 1-88 02 01-01 Спортивно-педагогическая деятельность</p> <p>Специальность 6-05-1012-02 Тренерская деятельность (с указанием вида спорта)</p> <p>Компонент учреждения высшего образования. Модуль «Управление и право»</p>
<p>Краткое содержание</p>	<p>Основы менеджмента физической культуры и спорта. Объекты управления в сфере физической культуры и спорта. Системный анализ процесса управления в спорте. Системный анализ субъектов управления в сфере физической культуры и спорта. Основы маркетинга физической культуры и спорта. Потребители, товары и рынок физкультурно-спортивных товаров и услуг. Деятельность на рынке физкультурно-спортивных товаров и услуг. Маркетинговая информация и управление маркетингом.</p>
<p>Формируемые компетенции, результаты обучения</p>	<p>Базовые профессиональные компетенции: 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</p>

	программ.
Пререквизиты	Организация и экономика физической культуры и спорта.
Трудоемкость	3 зачетные единицы, 122 академических часа, из них 52 аудиторных: 22 ч лекций, 16 ч практических занятий и 14 ч семинарских занятий.
Семестр(ы), требования и формы текущей и промежуточной аттестации	7-й семестр, экзамен, контроль аудиторных занятий (контрольная работа, тест, коллоквиум)