

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
«ТЮМЕНСКИЙ КОЛЛЕДЖ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»
(ГАПОУ ТО «ТКПСТ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В СПОРТЕ

(объем образовательной программы - 54 часа)

Тюмень 2023

Рабочая программа учебной дисциплины разработана с целью выполнения показателей национального проекта «Образование» в части формирования индивидуального учебного плана (индивидуальной траектории обучения).

Организация-разработчик: ГАПОУ ТО «ТКПСТ»

Разработчик: Рачев Андрей Сергеевич, преподаватель

РАССМОТРЕНО и ОДОБРЕНО
на заседании методического совета
Протокол № 6 от «29» июня 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины (*Маркетинг в спорте*) является вариативной частью основной образовательной программы.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

Умения	Знания
– осуществлять анализ внешней среды на спортивном рынке; – осуществлять сегментацию, таргетинг и позиционирование в спорте.	– перечисляются особенности природы маркетинга в сфере спорта; – особенности маркетинговых коммуникаций в спортивной сфере; – специфику разработки новых товаров и особенности ценообразования в индустрии спорта; – процесс разработки новых товаров и услуг в сфере спорта и вывод их на рынок.

1.3. Использование часов вариативной части ООП

Дисциплина	Обоснование	Объем часов			
		максимальной учебной нагрузки	обязательной аудиторной нагрузки		самостоятельная работа
			ТЗ	ПЗ	
<i>Маркетинг в спорте</i>	Учебная дисциплина включена в учебный план с целью выполнения показателей национального проекта «Образование» в части формирования индивидуального учебного плана (индивидуальной траектории обучения)	54	18	18	18

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы ¹	54
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем ²	36
в том числе:	
теоретическое обучение	18
лабораторные занятия	-
практические занятия	18
курсовая работа (проект)	-
Самостоятельная работа	18
Промежуточная аттестация: другие формы контроля (по результатам семестра на основании полученных оценок)	

¹ Объем образовательной программы включает в себя суммарную учебную нагрузку во взаимодействии с педагогом + самостоятельная работа

² Суммарная учебная нагрузка не учитывает количество часов, выделяемых на самостоятельную работу

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины *Маркетинг в спорте*

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Управление проектами: концепция и методология.		14
Тема 1.1 Менеджмент в спорте.	Содержание учебного материала	2
	Маркетинг спортивной лиги. Маркетинговый регламент. Маркетинг спортивного клуба.	
	Практические занятия	2
	Практическое занятие № 1. Описать и проанализировать маркетинг спортивного клуба на выбор.	
Тема 1.2. Маркетинговая стратегия клуба.	Содержание учебного материала	2
	Маркетинговая стратегия клуба. Маркетинг студенческой лиги. Каналы распространения спортивного контента.	
	Практические занятия	4
	Практическое занятие № 2. Разработка маркетинговой стратегии клуба.	
	Практическое занятие № 3. Разработка каналов по распространения спортивного контента.	
Тема 1.3. Digital-коммуникации в спорте.	Содержание учебного материала	2
	Digital-коммуникации в спорте. Виды и принципы работы спортивных медиа в мире и в России.	
	Практические занятия	2
	Практическое занятие № 4. Виды и принципы работы спортивных медиа в мире и в России.	
Раздел 2. Механизмы эффективного менеджмента в спорте.		40
Тема 2.1 Финансы. Стратегия эффективного спонсорства в спорте.	Содержание учебного материала	4
	2.1.1 Стратегия эффективного спонсорства в спорте.	
	2.1.2 Спортивный мерчандайзинг.	
	Практические занятия	2
	Практическое занятие № 5. Создание стратегии работы со спонсорами в спорте.	
Тема 2.2 Лицензирование в спорте.	Содержание учебного материала	4
	2.2.1 Лицензирование в спорте.	
	2.2.2 Билетная программа, Продажа билетов, Трансфер в спорте, Трансферная стратегия, Спортивное спонсорство.	
	Практические занятия	4
	Практическое занятие № 6. Анализ спонсоров и амбассадоров в спорте, риски, преимущества, направления.	
	Практическое занятие № 7. Составление договора по работе со спонсором в спорте.	
Тема 2.3	Содержание учебного материала	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов
1	2	3
Персонал. Персонал в спортивном клубе.	Персонал в спортивном клубе. Менеджер, тренер и спортсмен. Требования к персоналу.	2
	Практические занятия	
	Практическое занятие № 8. Прогнозирование и определение риска и его оценка.	18
	Самостоятельная работа обучающихся	
Тема 2.4 Требования к персоналу в спортивном проекте.	Самостоятельная работа № 1. Стратегия развития спортивной организации. Проанализируете менеджмент, маркетинг, финансы и персонал организации. Подготовьте предложения по улучшению работы каждого направления.	2
	Содержание учебного материала	
	Требования к персоналу в спортивном проекте. Организация event мероприятий.	2
	Практические занятия	
	Практическое занятие № 9. Организация Event мероприятий. Организация и проведение спортивного события.	
Промежуточная аттестация по результатам семестра на основании полученных оценок		
Всего:		54

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации рабочей программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет социально-гуманитарных дисциплин, оснащенный оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами обучения (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Электронные издания

1. Степанова О.Н. Методы сбора и обработки маркетинговой информации в физической культуре и спорте: Учебное пособие. - М.: МПГУ, 2011. - 240 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=4430>

2. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2010. - 706 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9746>

3. Соловьев Андрей Александрович. Концепция проекта Спортивного кодекса Российской Федерации / А. А. Соловьев; Комис. по спортив. праву Ассоц. юристов России. - Москва: [б. и.], 2009. - 54 с.; 21. - ISBN 978-5-98422-094-1, 300 (1 экз.)

4. Якубов Юсуп Диганшеевич. Концептуальные особенности государственной политики Российской Федерации в сфере физической культуры и спорта. Казань: Центр инновационных технологий, 2012. - 258 с.: ил.; 21. - Библиогр.: с. - ISBN 978-5-93962-595-1 ((в пер.)), 500. <http://z3950.ksu.ru/bcover/829713>

3.2.2. Дополнительные источники:

1. Гик, Евгений Яковлевич. Популярная история спорта / Евгений Гик, Екатерина Гупало. - Москва: Академия, 2007. - 448 с.: ил., портр.; 22. - (Популярная история спорта). На 4-й с. обл. авт.: Е. Гик - к.ф.-м.н., мастер спорта по шахматам, Е. Гупало - к.б.н. - ISBN 978-5-7695-2560-5, 3000.

2. Голощапов, Борис Романович. История физической культуры и спорта: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 033100 - Физ. культура / Б.Р. Голощапов. - 4-е изд., испр. - Москва: Академия, 2007. - 311, [1] с.: ил.; 22. - (Высшее профессиональное образование, Педагогические специальности). - (Учебное пособие). - Библиогр.: с. 308-310. - ISBN 978-5-7695-3676-2, 3000.

3. Железняк, Юрий Дмитриевич. Основы научно-методической деятельности в физической культуре и спорте: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 033100 - Физ. культура / Ю.Д. Железняк, П.К. Петров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Академия, 2005. - 265, [1] с.: табл., ил.; 22. - (Высшее профессиональное образование, Физическая культура и спорт). - (Учебное пособие). - Библиогр. в конце гл. и в подстроч. примеч. - ISBN 5-7695-2490-1, 2000.

4. История физической культуры и спорта: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 033100 - Физ. культура / Голощапов Б.Р. - М.: Academia, 2001. - 312 с.: ил. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 308-310. - ISBN 5-7695-0693-8: 55.00.

5. Любецкий, Николай Петрович. Процесс социализации российской молодежи в сфере массового спорта: Социологический анализ: Автореф. дис. канд. социол. наук: Спец. 22.00.04/ Н.П. Любецкий; Южно-Рос. гос. техн. ун-т; Науч. рук. С.И. Самыгин. - Ростов н/Д: Б.и., 2004. - 26 с. - Библиогр.: с. 25-26.

6. Прозуменщиков, Михаил Юрьевич. Большой спорт и большая политика / М.Ю. Прозуменщиков. Москва: РОССПЭН, 2004. 462, [2] с.; 21. (Серия "Культура и власть от Сталина до Горбачева. Исследования"). Библиогр. в прим. в конце гл. ISBN 5-8243-0501-3.

7. Родин, Максим Александрович. Профессиональный спорт: Учеб. пособие / М.А.Родин; Кемер. гос. ун-т, Каф. спорт. дисциплин. Кемерово: Кемер. ун-т, 2001. 147 с. На тит. л. авт. Не указан. Библиогр.: с.96. ISBN 5-8353-0081-6: 31.81.

8. Хуснутдинов, Камиль Салихович. Массовый спорт в Российской Федерации как объект социального регулирования (на примере взаимодействия органов государственного управления и общественных организаций спортивной направленности) [Текст]: автореф. дис. канд. социол. наук: 22.00.08 / К. С. Хуснутдинов; Казан. гос. технол. ун-т; науч. рук. А. Р. Тузиков. Казань: Б.и., 2004. 20 с. Библиогр.: с. 20.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знания: – особенности природы маркетинга в сфере спорта; – особенности маркетинговых коммуникаций в спортивной сфере; – специфику разработки новых товаров и особенности ценообразования в индустрии спорта; – процесс разработки новых товаров и услуг в сфере спорта и вывод их на рынок.	– объяснение особенности маркетинга в сфере спорта; – объяснение особенностей маркетинговых коммуникаций в спортивной сфере; – разъяснение специфики разработки новых товаров и особенности ценообразования в индустрии спорта; – пояснение процесса разработки новых товаров и услуг в сфере спорта и вывод их на рынок.	Текущий контроль: <i>Оценка результатов устного опроса по теме №1.1, 1.2, 1.3, 2.2, 2.3, 2.4</i> <i>Оценка результатов выполнения самостоятельной работы №1</i> Промежуточная аттестация по результатам семестра на основании полученных оценок
Умения: – осуществлять анализ внешней среды на спортивном рынке; – осуществлять сегментацию, таргетинг и позиционирование в спорте.	– проведение анализа внешней среды на спортивном рынке; – осуществление сегментации, таргетинга и позиционирования в спорте.	Текущий контроль: <i>Оценка результатов выполнения заданий на практических занятиях №1, №3, №5, №9</i> <i>Оценка результатов выполнения самостоятельной работы №1</i> Промежуточная аттестация по результатам семестра на основании полученных оценок