АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в спорте

Автор:
Преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций Мореев Д.О.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
«Филология и перевод» (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать способность (под контролем) решать конкретные управленческие задачи в сфере современной спортивной индустрии

План курса:

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA - 15.2	на уровне знаний: сформированы представления об основных понятиях и специфике спортивного маркетинга, о маркетинге спортивных объектов, спортивных мероприятий и маркетинговой деятельности спортивных клубов.
	на уровне умений: сформированы первичные умения анализировать факты и на основе этих фактов обозначить ключевые моменты построения маркетинговой стратегии спортивной организации.
	на уровне навыков: Сформированы первичные навыки по сегментированию и анализу спортивных рынков.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий семинарского типа:

Контроль посещаемости, опрос, диспут, тестирование и контрольные задания

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

Опрос, диспут.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (опросы, практические и контрольные задания, прочее) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Промежуточная аттестация:
Устный экзамен, состоящий из ответов на вопросы.

Основная литература:

1. Алтухов С.В. Ивент-менеджмент в спорте. Управление спортивными мероприятиями [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / С.В. Алтухов. М. : Советский спорт, 2013. — 208 с. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/40802.html

2. Маркетинг спорта [Электронный ресурс] / Апостолопулу Артемисия [и др.]. М. : Альпина Паблишер, 2017. — 706 с. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/68011.html

3. Степанова О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций. Часть I [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Н. Степанова. М. : Прометей, 2012. — 224 с. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/26940.html

4. Степанова О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций. Часть II [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Н. Степанова. М. : Прометей, 2013. — 268 с. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/26941.html