

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.В.ОД.10 МАРКЕТИНГ В СПОРТЕ

**Автор:** канд. экон. наук, доцент К.В. Иванов

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.03.02 – Менеджмент

направленность (профиль) "Менеджмент спортивной индустрии"

**Квалификация выпускника:** Бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:**

формирование системы базовых знаний в области основ маркетинга, соответствующих компетенций, позволяющих успешно работать в российских и иностранных спортивных компаниях.

**План курса:**

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1	Теоретические основы маркетинга в спорте	Основные особенности коммерческих и некоммерческих организаций в спорте. Механизмы получения прибыли и использования ресурсов. Задачи ком. и неком. организаций спортивной индустрии, решаемые при помощи маркетинга
2	Особенности рынка спортивной индустрии и его сегментация	Сегментация и позиционирование в спорте и их значение. Выявление и оценка различных подходов спортивных организаций к сегментированию рынка. Оценка эффективности стратегий позиционирования,
3	Исследования спортивного рынка	Цели и задачи исследования спортивного рынка. Различные подходы к исследованиям рынка. Информация, необходимая спортивным маркетологам
4	Брендинг в индустрии спорта	Основные особенности брендов в спорте. Преимущества и недостатки строительства и расширения брендов в спортивном бизнесе.
5	Достижения конкурентных преимуществ и стратегически х изменений в спортивных	Маркетинговые стратегии, позволяющие спортивной организации, достичь конкурентного преимущества. Особенности стратегического планирования в коммерческих и некоммерческих спортивных организациях. Использование инновационных идей для достижения конкурентного преимущества

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Текущий контроль: Опрос, Доклад, Реферат, Диспут.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (устно) по билетам

**Основная литература:**

1. Маркетинг спорта / под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2010.
2. Томич М. Маркетинг в спорте. Рынок и спортивные продукты. – М.: изд-во МАФСИ, 2002 г.
3. Орлов А.В., Макарова Е.А. «Профессиональный спорт: государство, менеджмент, право (футбол-бокс-теннис)» (Монография), М.: Издательство «Палеотип», 2007
4. Орлов А.В., Демеш М.В., Макарова Е.А., «Профессиональный спорт: государство, менеджмент, право (футбол-бокс-теннис)» (Монография), М.: Издательство «Палеотип», 2008
5. «Экономика физической культуры и спорта»: учебное пособие/ под ред. Е.В. Кузьмичевой. – М.: Физическая культура, 2008.
6. «Экономика спорта и спортивный бизнес»: учебное пособие/ В.В. Галкин. – М.: КНОРУС, 2006.