



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель образовательной
программы

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента физической
культуры и спорта

Г.В. Сафонова
(подпись) (И.О. Фамилия)

О.В. Шакирова
(подпись) (И.О. Фамилия)
«12» января 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг спорта
Направление подготовки 49.04.01 «Физическая культура»
магистерская программа «Спортивный менеджмент»
Форма подготовки: очная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями
Федерального государственного образовательного стандарта по
направлению подготовки 49.04.01 «Физическая культура»,
утвержденного приказом Минобрнауки России от 19 сентября 2017г.
№944

Директор Департамента физической культуры и спорта: д.мед.н.,
Шакирова О.В.

Составители: к.п.н., Павловская О.А.

Владивосток
2023

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента физической культуры и спорта и утверждена на заседании Департамента физической культуры и спорта, протокол от «_»_20_г. №

2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента физической культуры и спорта и утверждена на заседании Департамента физической культуры и спорта, протокол от «_»_20_г. №

3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента физической культуры и спорта и утверждена на заседании Департамента физической культуры и спорта, протокол от «_»_20_г. №

4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента физической культуры и спорта и утверждена на заседании Департамента физической культуры и спорта, протокол от «_»_20_г. №

5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента физической культуры и спорта и утверждена на заседании Департамента физической культуры и спорта, протокол от «_»_20_г. №

I. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: сформировать у будущих магистров физической культуры теоретические знания, а также практические умения и навыки в области маркетинговых коммуникаций, необходимые для научно обоснованного управления деятельностью физкультурно-спортивных организаций, функционирующих в условиях формирования цивилизованных рыночных отношений.

Задачи:

1. Дать будущим магистрам необходимые знания в области внешних коммуникаций и маркетинга в спорте.

2. Освоение знаний, составляющих основу современной теории интегрированных маркетинговых коммуникаций на уровне, соответствующем специальности.

3. Формирование у будущих специалистов умений и навыков разработки, практической реализации и анализа (коммуникативной, рыночной и социально-педагогической) эффективности ИМС-программ для организаций и учреждений физкультурно-спортивной направленности.

4. Для успешного изучения дисциплины «*Маркетинг спорта*» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции.

5. Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

6. Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

7. Способность организовывать и проводить соревнования, осуществлять судейство по базовым видам спорта и избранному виду спорта.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (в учебном плане): является дисциплиной по выбору в общеуниверситетском блоке дисциплин.

Профессиональные компетенции магистров, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК -3 Способен осуществлять руководство научно-исследовательской и проектной деятельностью обучающихся	ПК -3.1 Организация и осуществление руководства научно-исследовательской и учебно-профессиональной деятельностью обучающихся в области ФКиС	<ul style="list-style-type: none"> - знает актуальные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга в сфере физической культуры; - умеет формировать исследовательскую деятельность относительно менеджмента в сфере физической культуры; - владеет навыками организационно-управленческой деятельности и грамотно вести документацию
	ПК – 3.2 Руководство проектной деятельностью в сфере ФКиС	<ul style="list-style-type: none"> - знает особенности проектной документации относительно образовательной и спортивной деятельности; - умеет формировать проектную документацию относительно образовательной и спортивной деятельности; - владеет навыками формирования проектной документации относительно образовательной и спортивной деятельности

II. Трудоемкость дисциплины и виды учебных занятий по дисциплине
 Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 академических часов).

III. Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы промежуточной аттестации***
			Лек	Лаб	Пр	ОК*	СР	Контроль**	
1	Тема 1. Современные концепции маркетинга и маркетинговых коммуникаций в физкультурно-спортивной сфере. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга				4				Сообщение Реферат Тестирование Доклад с презентацией Экзамен
2	Тема 2. Стимулирование сбыта физкультурно-спортивных услуг. Проектирование и организация производства физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга				4				
3	Тема 3. Качество физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга				4				
4	Тема 4. Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга				4				
5	Тема 5. Сегментирование рынка физкультурно-спортивных услуг				2				
6	Тема 6. Маркетинговые коммуникации в физкультурно-спортивной деятельности				6				
7	Тема 7. Управление маркетинговой деятельностью				4				

	физкультурно-спортивной организации								
8	Тема 8. Маркетинговые исследования в сфере ФКиС. Спонсорство в спорте				4				
	Итого:				32		49	27	

*Онлайн-курс

**Указать часы из УП

***Зачет/экзамен

IV. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Не предусмотрена

V. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия

Практическое занятие 1-2. Современные концепции маркетинга и маркетинговых коммуникаций в физкультурно-спортивной сфере. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга

1. Принципы маркетинга и сущность маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности.
2. Сущность маркетинговых коммуникаций в системе ФКиС
3. Типология и основные характеристики покупателей.
4. Факторы, влияющие на покупательское поведение.
5. Процесс выбора и принятия решения о покупке физкультурно-спортивных услуг
6. Понятия и отличительные маркетинговые характеристики физкультурно-спортивных услуг.
7. Физкультурно-спортивные услуги как товар. Слагаемые физкультурно-спортивной услуги.
8. Коммерческие характеристики физкультурно-спортивных услуг. Критерии классификации и типология физкультурно-спортивных услуг в маркетинге.

Практическое занятие 3-4. Стимулирование сбыта физкультурно-спортивных услуг. Проектирование и организация производства физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.

1. Стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций в системе ФКиС
2. Стимулирование сбыта как элемент комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в системе физической культуры
3. Содержание маркетинговой деятельности, связанной с проектированием и организацией производства услуг отрасли ФКиС.
4. Разработка замысла, формирование и оптимизация ассортимента услуг отрасли ФКиС.
5. Рыночное позиционирование физкультурно-спортивных услуг.

Практическое занятие 5. Качество физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.

1. Понятие и аспекты качества услуг.
2. Показатели качества услуг физкультурно-спортивной организации.
3. Маркетинговая деятельность по обеспечению качества.
4. Методики оценки качества физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.
5. Качество и сертификация услуг.

Практическое занятие 6. Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.

1. Понятие и виды конкуренции на рынке физкультурно-спортивных услуг.
2. Факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг и организаций.
3. Конкурентные стратегии физкультурно-спортивных организаций и специфика их реализации.

4. Подходы к оценке конкурентоспособности продукта.
5. Методика оценки конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.

Практическое занятие 7-8. Сегментирование рынка физкультурно-спортивных услуг.

1. Сущность и основные процедуры сегментации рынка.
2. Сегментация рынка по: типам потребителей, по параметрам услуг, продуцентам.
3. Критерии оценки и выбора целевых сегментов рынка услуг отрасли ФКиС.

Практическое занятие 9-10. Маркетинговые коммуникации в физкультурно-спортивной деятельности.

1. Сущность, основные средства и особенности маркетинговых коммуникаций.
2. Коммуникативные модели в маркетинге.
3. Реклама в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
4. Public relations и пропаганда в системе маркетинга.
5. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций
6. Стимулирование сбыта физкультурно-спортивных услуг.
7. Технологии коммуникативной деятельности на рынке физкультурно-спортивных услуг.

Практическое занятие 11. Управление маркетинговой деятельностью физкультурно-спортивной организации.

1. Основные элементы управления маркетинговой деятельностью в физкультурно-спортивной организации.
2. Анализ внешней и внутренней среды организации как элемент управления маркетинговой деятельностью.

3. Формирование маркетинговой стратегии физкультурно-спортивной организации.

4. Основные показатели эффективности маркетинговой деятельности физкультурно-спортивных организаций.

Практическое занятие 12-14. Маркетинговые исследования в сфере ФКиС. Спонсорство в спорте.

1. Практический опыт применения интегрированных маркетинговых коммуникаций отечественными и зарубежными физкультурно-спортивными организациями

2. Первичная и вторичная маркетинговая информация

3. Постановка задач маркетингового исследования

4. Методы маркетингового исследования

5. Особенности спонсорской деятельности в спорте

Лабораторные работы (__/__ час.)

Не предусмотрены.

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы/темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Тема № 1-2 Современные концепции маркетинга и маркетинговых коммуникаций в физкультурно-спортивной сфере. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга	ПК-3.1	Знает технологии маркетингового исследования внутренней и внешней среды физкультурно-спортивной организации; содержание маркетинговой деятельности, факторы, влияющие на покупательское	ОУ-1	–

			поведение. Умеет разрабатывать модели покупательского поведения на рынке физкультурно-спортивных услуг. Владеет навыками планирования физкультурно-спортивных мероприятий		
		ПК-3.2	Знает последовательность действий по становлению, организации и развитию маркетинговых коммуникаций в ФСО Умеет моделировать коммуникативные процессы в системе физической культуры и спорта для осуществления прогнозирования развития физкультурно-спортивной деятельности на федеральном, региональном и муниципальном (локальном) уровнях. Владеет навыками классификации и типологизации физкультурно-спортивных услуг	ОУ-1	–
2	Тема № 3-4 Стимулирование сбыта физкультурно-спортивных услуг. Проектирование и организация производства физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга	ПК-3.1	Знает основные направления, содержание, методы и процедуры маркетинговой деятельности, связанной с проектированием и организацией производства услуг отрасли «Физическая культура и спорт»;	ПР-4	–
		ПК-3.2	Знает основные положения теории интегрированных маркетинговых коммуникаций с	ПР-4	

			<p>учетом специфики физкультурно-спортивной деятельности;</p> <p>Умеет проектировать коммуникативные акции в области рекламы, пропаганды, связей с общественностью, брэндинга и др., для физкультурно-спортивных организаций;</p> <p>разрабатывать и составлять цели проекта (программы) для решения задач повышения эффективности физкультурно-оздоровительной, спортивной организации</p> <p>Владеет навыками проектирования и реализации мероприятий в области формирования спроса и стимулирования сбыта физкультурно-спортивных услуг</p>		
3	Тема № 5 Качество физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга	ПК-3.2	<p>Знает показатели качества различных видов физкультурно-спортивных услуг</p> <p>Умеет оценивать уровень качества физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга</p> <p>Владеет навыками организации и осуществления маркетинговой деятельности ФСО</p>	УО-4	
4	Тема № 6 Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-	ПК-3.2	<p>Знает понятие, виды и факторы конкуренции на</p>	УО-1	–

	спортивных услуг в рамках маркетинга		рынке физкультурно-спортивных услуг и организаций; Умеет разрабатывать ценовую стратегию организации физкультурно-спортивной направленности; Владеет навыками оценки конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга		
5	Тема № 7-8 Сегментирование рынка физкультурно-спортивных услуг	ПК-3.2	Знает современный уровень и тенденции развития информационных технологий, направления их применения в организационно-управленческой и маркетинговой деятельности; сущность и основные процедуры сегментации рынка ФКиС с использованием информационных технологий; Умеет в рамках сегментирования работать с различными источниками информации, обладает способностью преобразовывать информацию, делать обобщения, формулировать, аргументировать выводы, сохранять и передавать информацию; Владеет	ПР-15	–

			технологией сегментирования потребителей по различным основаниям; способностью использовать полученные результаты по сегментации рынка ФСО для повышения эффективности ее деятельности		
6	Тема № 9-10 Маркетинговые коммуникации в физкультурно-спортивной деятельности	ПК-3.2	Знает специфику делового общения в профессиональной сфере; основные средства и особенности маркетинговых коммуникаций; коммуникативные модели в маркетинге Умеет представлять интересы ФСО в органах управления различного уровня; проектировать коммуникационную политику физкультурно-спортивной организации; создавать рекламу для физкультурно-спортивной сферы Владеет навыками организации отношений со средствами массовой информации и различными целевыми аудиториями; элементами комплекса маркетинговых коммуникаций (реклама, пропаганда, связи с	ПР-4	

			общественностью (public relations), персональные продажи, стимулирование сбыта физкультурно-спортивных услуг)		
7	Тема № 11 Управление маркетинговой деятельностью физкультурно-спортивной организации	ПК-3.2	Знает основные элементы управления маркетинговой деятельностью в ФСО; Умеет формировать маркетинговую стратегию деятельности в физкультурно-спортивной организации; Владеет навыками анализа внешней и внутренней среды ФСО, технологией проведения маркетинговых исследований ФСО с учетом ее типа, для оперативного и перспективного прогнозирования развития ФСО	ПР-15	
8	Тема № 12-14 Маркетинговые исследования в сфере ФКиС. Спонсорство в спорте	ПК-3.2	Знает технологии маркетингового исследования внутренней и внешней среды физкультурно-спортивной организации Умеет взаимодействовать с потенциальными спонсорами в сфере спорта Владеет методикой составления спонсорского соглашения	ОУ-1	
	Зачет/экзамен	ПК-3.1;		-	ПР-1

		ПК-3.2			
--	--	--------	--	--	--

*Рекомендуемые формы оценочных средств:

1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.

2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5); лабораторная работа (ПР-6); конспект (ПР-7); портфолио (ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12); разноуровневые задачи и задания (ПР-13); расчетно – графическая работа (ПР-14); творческое задание (ПР-15) и т.д.

3) тренажер (ТС-1) и т.д.

VII. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций, и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, интернет- ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;

- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных преподавателем;

- поиск информации по теме с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;
- подготовка к выполнению аудиторных контрольных работ;
- выполнение домашних контрольных работ;
- выполнение тестовых заданий, решение задач;
- составление кроссвордов, схем;
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- заполнение рабочей тетради;
- написание эссе, курсовой работы;
- подготовка к деловым и ролевым играм;
- составление резюме;
- подготовка к зачетам и экзаменам;
- другие виды деятельности, организуемые и осуществляемые образовательным учреждением и органами студенческого самоуправления.

VIII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Козлов, В. С. Менеджмент спортивных организаций : учебное пособие для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» / В. С. Козлов, А. О. Филиппок. — Донецк : Донецкая академия управления и государственной службы, 2021. — 187 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123486.html> (дата обращения: 25.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей.
2. Логинова, О. А. Основы управления спортивными организациями : учебник / О. А. Логинова, Л. П. Обьедкова. — Москва : Научный консультант, 2019. — 268 с. — ISBN 978-5-907084-83-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/104967.html> (дата обращения: 25.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей.

3. Менеджмент подготовки спортсменов к Олимпийским играм / С.Н. Бубка, М.М. Булатова, Т.К. Есентаев; ред.: С.Н. Бубка, В.Н. Платонов. — Москва : Спорт, 2019. — 480 с. — Авт. указаны на обороте тит. л. — ISBN 978-5-9500183-4-3. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/682596> (дата обращения: 25.05.2023).

4. Сусикова, Т. С. Экономика физической культуры и спорта : электронное учебное пособие / Т. С. Сусикова, Н. Р. Арбузина. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2020. — 179 с. — ISBN 978-5-91930-138-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109718.html> (дата обращения: 25.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Филоненко, Н.В. Маркетинг физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг : [учебник для студентов высш. и сред. образоват. учреждений физ. культуры и спорта] / Н.А. Ушакова; Н.В. Филоненко. — Москва : Колос-с, 2018. — 103 с. — (Учебники и учебные пособия для студентов высших учебных заведений). — ISBN 978-5-00129-017-9. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/671188> (дата обращения: 26.05.2023).

Дополнительная литература

1. Сусикова, Т. С. Менеджмент физической культуры : электронное учебное пособие / Т. С. Сусикова, Н. Р. Арбузина ; составители Т. С. Сусикова, Н. Р. Арбузина. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-91930-109-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95627.html> (дата обращения: 25.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Фарахутдинов, Ш. Ф. Исследование сферы услуг крупного города. Фитнес : монография / Ш. Ф. Фарахутдинов, Л. Л. Мехришвили. — Тюмень : МР-ДВФУ-844-2023

Тюменский индустриальный университет, 2019. — 126 с. — ISBN 978-5-9961-1990-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101444.html> (дата обращения: 25.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Чесноков, Н. Н. Основы организационно-управленческой деятельности в физической культуре и спорте : учебное пособие : учебное пособие / А. П. Морозов, П. А. Таланцев; Н. Н. Чесноков .— Малаховка : МГАФК, 2020 .— 106 с. — ISBN 978-5-9746-0183-5 .— URL: <https://lib.rucont.ru/efd/780889> (дата обращения: 25.05.2023).

4. Чернопятов, А. М. Бенчмаркинг : учебное пособие / А. М. Чернопятов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 152 с. — ISBN 978-5-4497-1859-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127566.html> (дата обращения: 25.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Шамис В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Шамис В.А., Левкин Г.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Ай Пи Ар Медиа, 2023.— 174 с.— Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/124747>.— IPR SMART, по паролю. - DOI: <https://doi.org/10.23682/124747>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Олимпийский комитет России - <http://olympic.ru/>
2. Министерство спорта РФ - <https://www.minsport.gov.ru/>
3. OLYMPIC GAMES - <https://www.olympic.org/>
4. Стратегия развития физической культуры и спорта на период до 2030 года <http://www.minsport.gov.ru/activities/proekt-strategii-2030/>
5. ЭБС ДВФУ - <https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/> ,
6. Электронная библиотека диссертаций РГБ - <http://diss.rsl.ru/> ,
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

8. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" - <http://e.lanbook.com/> ,
9. Электронная библиотека "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
10. Электронно-библиотечная система IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/> ,
11. Информационная система "ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru/> ,
12. Доступ к Антиплагиату в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ - <https://bb.dvfu.ru/> ,
13. Доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ - <http://lib.dvfu.ru:8080/search/query?theme=FEFU> ,
14. Доступ к рассылке писем. <http://mail.dvfu.ru/>

IX. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекциях и практиках, выполнение аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ.

Освоение дисциплины предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине является зачет / экзамен.

Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

Х. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины «Маркетинг спорта».

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Лекционные аудитории	- проектор 3-chip DLP, 10 600 ANSI-лм, WUXGA 1 920x1 200 (16:10) PT-DZ110XE Panasonic; - экран 316x500 см, 16:10 с эл. приводом; - крепление настенно-потолочное Elpro Large Electrol Projecta; - профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG.	Лицензионные программы Microsoft Office 2010
Аудитории для практических занятий	- компьютеры типа Lenovo C360G-i34164G500UDK; - проектор Panasonic DLPProjectorPT-D2110XE; - плазма LG FLATRON M4716CCBAM4716CJ.	Лицензионные программы Microsoft Office 2010
Зал лечебной физической культуры	Спортивное оборудование	
Жилые корпуса ДВФУ	Wi-Fi	