

А

Программа утверждена и рекомендована
Экспертно-методическим советом
ГИ ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ»
Протокол № 45 от 18 марта 2015 г.

УДК: 796:339(07)
Д 26

Составитель:

Дегтева Марина Павловна – старший преподаватель кафедры МЭС им.
В.В. Кузина ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ»

Рецензент:

Ратникова И.П. – к.э.н., доцент кафедры экономики и бизнеса ФГБОУ
ВПО «РГУФКСМиТ»

Программа дисциплины «Маркетинг физической культуры и спорта» *профессионального цикла базовой части* составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООП ВПО по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент», профилю «Менеджмент организации».

1. Цель курса

Целью курса является формирование у студентов теоретических знаний по дисциплине маркетинг физической культуры и спорта, а также практических умений и навыков маркетинговой деятельности, необходимых для научно обоснованного управления физкультурно-спортивными организациями и наиболее рационального использования всех ресурсов отрасли – финансовых, материальных, трудовых. Как показывает практический опыт, только обоснованные маркетинговые решения позволяют успешно достигать общих и конкретных целей, которые ставят перед собой физкультурные и спортивные организации по развитию массовой физкультурно-оздоровительной работы и спорта высших достижений.

2. Место курса в профессиональной подготовке ООП бакалавриата

Курс «Маркетинг физической культуры и спорта» включен в учебный план 7-го семестра для студентов факультетов дневного обучения. Дисциплина «Маркетинг физической культуры и спорта» относится к профессиональному циклу вариативной части основной образовательной программы профессионального цикла.

Курс «Маркетинг физической культуры и спорта» в высших учебных заведениях, готовящих специалистов в области физической культуры имеет важное теоретическое и практическое значение. Работа менеджера, директора спортивной школы, президента клуба. не может быть полноценной, если они не будут успешно использовать в своей работе возможности маркетинга своей продукции, услуг, если не будут уметь анализировать разнообразную маркетинговую информацию.

Для освоения данного курса студенту необходимы знания, полученные в ходе изучения курсов «Экономика спортивной организации», «Маркетинг», «Менеджмент физической культуры и спорта».

Методика изучения курса строится на сочетании лекций, самостоятельной