

4786/1

На правах рукописи

МЯКОЊКОВ ВИКТОР БОРИСОВИЧ

**СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В СФЕРЕ СПОРТА**

Специальность: 19.00.05 – социальная психология

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
доктора психологических наук

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2002

В. М. Мяконов

А

Работа выполнена в Санкт-Петербургской государственной
академии физической культуры им. П.Ф.Лесгафта

Научный консультант: доктор психологических наук,
профессор ВОЛКОВ И.П.

Официальные оппоненты:

Засл.деятель науки РФ, доктор философских наук,
профессор ПАРЫГИН Б.Д.

доктор психологических наук,
профессор СВЕНЦИЦКИЙ А.Л.

Засл.деятель науки РФ, доктор психологических наук,
профессор МАРИЩУК В.Л.

Ведущая организация: Российская академия государственной службы
при Президенте Российской Федерации

Защита состоится 25 апреля 2002 г. в 17.00 на заседании диссертационного
совета Д.212.199.25 в Российском государственном педагогическом университе-
те им. А.И.Герцена, по адресу: 191186, Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48,
корп. 11, психолого-педагогический факультет РГПУ им. А.И. Герцена.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке РГПУ им А.И. Герцена.

Автореферат разослан « ____ » _____ 200

Ученый секретарь диссертационного
совета, кандидат психологических
наук, доцент

З.Ф. Семенова



Т 000004786
ЦОБ по ФКиС
РГАФК

СЕМЕНОВА З.Ф.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Маркетинговая деятельность - это новое для отечественной социальной психологии научное направление исследований, содержание которого отражает закономерности деловых и межличностных взаимоотношений и поведения людей в системе рыночных отношений.

Мы используем данное понятие, прежде всего, в социально-психологическом контексте, руководствуясь деятельностным подходом и общепсихологическим принципом «единства сознания и деятельности», сформулированным С.Л.Рубинштейном (1947).

4486/1
Актуальность темы. Исследования по проблеме социальной психологии маркетинга в предпринимательской деятельности в сфере спорта в отечественной социальной психологии практически отсутствуют, но социальный заказ на эти исследования уже вполне сформировался, так как производство спортивного инвентаря, торговля спортивными товарами и услугами спортивных специалистов в XX веке приняли всеобщий характер. Этому в немалой степени способствуют современные средства массовой информации (СМИ), международные спортивные связи государств, регулярное проведение Олимпийских игр, чемпионаты континентов и мира по многочисленным видам спорта, требующим спортивной оснастки, инвентаря, спортивной одежды и питания, спортивных средств передвижения и пр. Торговля спортивными товарами с маркой качества уже стала мировым явлением и оформлена в юридических нормах и правилах. Она имеет общепринятые международные стандарты и своих признанных фаворитов из числа фирм-производителей.

В зарубежной социальной психологии накоплен значительный эмпирический опыт маркетинговых исследований в сфере менеджмента и организации бизнеса разного масштаба. Библиография научной