

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института физической культуры, спорта и безопасности жизнедеятельности



/ А. А. Шахов /

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.О.02.04 Экономика сферы физической культуры и спорта**

**Направление подготовки:** 44.04.01 Педагогическое образование (с присвоением второй квалификации 38.04.02 Менеджмент)

**Направленность (профиль):** Менеджмент в сфере физической культуры и спорта

**Квалификация (степень):** магистр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Институт:** Физической культуры, спорта и безопасности жизнедеятельности

**Кафедра:** Экономики и управления им. Н.Г. Нечаева

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	2	1	
Семестр/триместр	3	3	

Лекции	8	4	
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	8	6	
в т. ч. практическая подготовка			
Консультации			
Форма(ы) промежуточной аттестации	Экзамен-0,3	Экзамен-0,3	
Контроль	9	9	
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	46,7	52,7	

Всего часов: 72

Трудоемкость: 3 зачетные единицы.

Разработчик(и) рабочей программы:

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

**Цель изучения дисциплины:** целью изучения дисциплины является освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области маркетинга и реализация их в своей профессиональной деятельности.

### Задачи изучения дисциплины:

- Изучить теоретические основы экономики и менеджмента в области физической культуры и спорта;
- Изучить основные концепции и методы маркетинга и осознать их роль для эффективного управления различными проектами;
- Сформировать четкие и осознанные представления о теории маркетинга, как самостоятельного научного и практического направления в менеджменте;
- Создание четкого представления о подходах, которые применяются в спортивном маркетинге;
- Приобретение теоретических и практических навыков использования различных маркетинговых методов для эффективного управления спортивными проектами;
- Изучение методических основ спортивного маркетинга;
- Формирование профессиональных навыков в области маркетинга при управлении спортивными проектами.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** реализуется в рамках обязательной части Б1. Дисциплины (модули).

### Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5 (К1)	<b>Знать:</b> - виды, цели результаты международных исследований качества образования; - способы и методы организации мониторинговых исследований, типологию мониторингов, методологический инструментарий мониторинга; - технологию диагностирования образовательных результатов, принципы диагностирования; - механизмы выявления индивидуальных особенностей, перспектив развития личности обучающегося, способы преодоления затруднений в обучении.	<b>Знает:</b> - виды, цели результаты международных исследований качества образования; - способы и методы организации мониторинговых исследований, типологию мониторингов, методологический инструментарий мониторинга; - технологию диагностирования образовательных результатов, принципы диагностирования; - механизмы выявления индивидуальных особенностей, перспектив развития личности обучающегося, способы преодоления затруднений в обучении.
	<b>Уметь:</b> - разрабатывать программы	<b>Умеет:</b> - разрабатывать программы

	<p>регулярного отслеживания результатов освоения образовательной программы обучающимися;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать программы целенаправленной деятельности по преодолению трудностей в обучении.</li> </ul>	<p>регулярного отслеживания результатов освоения образовательной программы обучающимися;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать программы целенаправленной деятельности по преодолению трудностей в обучении.</li> </ul>
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации и проведения педагогического мониторинга освоения обучающимися образовательной программы уровня обучения;</li> <li>- навыками разработки программ целенаправленной деятельности по преодолению образовательных дефицитов обучающихся;</li> <li>- навыками использования современных способов диагностики и мониторинга с учетом применения информационно-коммуникационных технологий.</li> </ul>	<p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации и проведения педагогического мониторинга освоения обучающимися образовательной программы уровня обучения;</li> <li>- навыками разработки программ целенаправленной деятельности по преодолению образовательных дефицитов обучающихся;</li> <li>- навыками использования современных способов диагностики и мониторинга с учетом применения информационно-коммуникационных технологий.</li> </ul>
ОПК-8 (К1)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные направления исследований в области педагогического проектирования; современную методологию педагогического проектирования;</li> <li>- состояние и тенденции развития международных и отечественных педагогических исследований; содержание и результаты исследований в области педагогического проектирования.</li> </ul>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные направления исследований в области педагогического проектирования; современную методологию педагогического проектирования;</li> <li>- состояние и тенденции развития международных и отечественных педагогических исследований; содержание и результаты исследований в области педагогического проектирования.</li> </ul>
	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделять и систематизировать основные идеи и результаты международных и отечественных педагогических исследований;</li> <li>- определять цель и задачи проектирования педагогической деятельности исходя из условий педагогической ситуации;</li> <li>- применять современные научные знания материалы педагогических исследований процессе педагогического проектирования.</li> </ul>	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделять и систематизировать основные идеи и результаты международных и отечественных педагогических исследований;</li> <li>- определять цель и задачи проектирования педагогической деятельности исходя из условий педагогической ситуации;</li> <li>- применять современные научные знания материалы педагогических исследований процессе педагогического проектирования.</li> </ul>
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного педагогической задачи и проектирования педагогического процесса для ее решения;</li> </ul>	<p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного педагогической задачи и проектирования педагогического процесса для ее решения;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки педагогического проекта для решения заданной педагогической проблемы с учетом педагогической ситуации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки педагогического проекта для решения заданной педагогической проблемы с учетом педагогической ситуации.</li> </ul>
ОПК-1 (К2)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные концепции и теории управления, включая стратегическое управление, организационное поведение, лидерство и управление изменениями;</li> <li>- экономические основы функционирования организаций в сфере физической культуры и спорта, включая бюджетирование, финансовый анализ, управление затратами и доходами;</li> <li>- принципы построения управленческих структур в спортивных организациях, государственных и частных учреждениях;</li> <li>- инновационные подходы в управлении спортивными проектами, событиями и организациями (включая цифровизацию, big data, маркетинговые технологии);</li> <li>- методы анализа и оценки эффективности управленческих решений в спортивной индустрии;</li> <li>- международные и отечественные практики управления в спорте, включая опыт успешных спортивных клубов, федераций и организаторов мероприятий;</li> <li>- нормативно-правовую базу, регулирующую деятельность в сфере физической культуры и спорта.</li> </ul>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные концепции и теории управления, включая стратегическое управление, организационное поведение, лидерство и управление изменениями;</li> <li>- экономические основы функционирования организаций в сфере физической культуры и спорта, включая бюджетирование, финансовый анализ, управление затратами и доходами;</li> <li>- принципы построения управленческих структур в спортивных организациях, государственных и частных учреждениях;</li> <li>- инновационные подходы в управлении спортивными проектами, событиями и организациями (включая цифровизацию, big data, маркетинговые технологии);</li> <li>- методы анализа и оценки эффективности управленческих решений в спортивной индустрии;</li> <li>- международные и отечественные практики управления в спорте, включая опыт успешных спортивных клубов, федераций и организаторов мероприятий;</li> <li>- нормативно-правовую базу, регулирующую деятельность в сфере физической культуры и спорта.</li> </ul>
	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать управленческие проблемы в сфере физической культуры и спорта с применением экономических и организационных моделей;</li> <li>- разрабатывать стратегии развития спортивных организаций и проектов на основе критического анализа внешней и внутренней среды;</li> <li>- применять инструменты управленческого и финансового анализа для принятия обоснованных решений;</li> <li>- проектировать организационные структуры и бизнес-процессы в спортивных учреждениях с учётом</li> </ul>	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать управленческие проблемы в сфере физической культуры и спорта с применением экономических и организационных моделей;</li> <li>- разрабатывать стратегии развития спортивных организаций и проектов на основе критического анализа внешней и внутренней среды;</li> <li>- применять инструменты управленческого и финансового анализа для принятия обоснованных решений;</li> <li>- проектировать организационные структуры и бизнес-процессы в спортивных учреждениях с учётом</li> </ul>

	<p>современных требований;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать инновационные технологии и подходы (например, CRM-системы, цифровой маркетинг, управление через KPI) в управлении спортивными проектами;</li> <li>- провести сравнительный анализ управленческих практик в отечественных и зарубежных спортивных организациях; оценивать эффективность управленческих решений и предлагать корректирующие меры.</li> </ul>	<p>современных требований;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать инновационные технологии и подходы (например, CRM-системы, цифровой маркетинг, управление через KPI) в управлении спортивными проектами;</li> <li>- провести сравнительный анализ управленческих практик в отечественных и зарубежных спортивных организациях; оценивать эффективность управленческих решений и предлагать корректирующие меры.</li> </ul>
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками критического мышления и аналитического обобщения управленческих практик в спортивной сфере;</li> <li>- методами стратегического планирования и управления изменениями в условиях неопределённости;</li> <li>- современными подходами к управлению человеческими ресурсами в спортивных организациях;</li> <li>- навыками использования инструментов проектного управления (например, методологии Agile, Scrum, Waterfall) применительно к спортивным мероприятиям и программам;</li> <li>- навыками разработки и презентации управленческих решений для руководства и заинтересованных сторон;</li> <li>- технологиями цифрового управления и анализа данных в спортивной индустрии;</li> <li>- приёмами интеграции теоретических знаний и практики управления в реальные профессиональные ситуации.</li> </ul>	<p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками критического мышления и аналитического обобщения управленческих практик в спортивной сфере;</li> <li>- методами стратегического планирования и управления изменениями в условиях неопределённости;</li> <li>- современными подходами к управлению человеческими ресурсами в спортивных организациях;</li> <li>- навыками использования инструментов проектного управления (например, методологии Agile, Scrum, Waterfall) применительно к спортивным мероприятиям и программам;</li> <li>- навыками разработки и презентации управленческих решений для руководства и заинтересованных сторон;</li> <li>- технологиями цифрового управления и анализа данных в спортивной индустрии;</li> <li>- приёмами интеграции теоретических знаний и практики управления в реальные профессиональные ситуации.</li> </ul>
<p>ОПК-5 (К2)</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные теории и концепции в области менеджмента физической культуры и спорта; методологические основы научного исследования, включая количественные и качественные методы сбора и анализа данных;</li> <li>- принципы построения научных текстов,</li> </ul>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные теории и концепции в области менеджмента физической культуры и спорта; методологические основы научного исследования, включая количественные и качественные методы сбора и анализа данных;</li> <li>- принципы построения научных</li> </ul>

	<p>нормы цитирования и требования к оформлению научных работ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные научные журналы, базы данных и информационные ресурсы в области спортивного менеджмента и смежных дисциплин;</li> <li>- современные тенденции и результаты научных исследований в области управления спортивными организациями, маркетинга в спорте, организации мероприятий, государственного регулирования физической культуры и спорта.</li> </ul>	<p>текстов, нормы цитирования и требования к оформлению научных работ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные научные журналы, базы данных и информационные ресурсы в области спортивного менеджмента и смежных дисциплин;</li> <li>- современные тенденции и результаты научных исследований в области управления спортивными организациями, маркетинга в спорте, организации мероприятий, государственного регулирования физической культуры и спорта.</li> </ul>
	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать, обобщать и критически оценивать научные публикации, в том числе зарубежные, в области спортивного менеджмента;</li> <li>- формулировать научную проблему, цель, задачи и гипотезы исследования;</li> <li>- разработать научно-исследовательский проект, включая выбор методов, инструментов и источников информации;</li> <li>- применять современные методы анализа данных (статистический, контент-анализ, интервью, опросы и др.) при решении управленческих задач в спортивной сфере;</li> <li>- представлять результаты научных исследований в устной и письменной форме (доклады, статьи, презентации).</li> </ul>	<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать, обобщать и критически оценивать научные публикации, в том числе зарубежные, в области спортивного менеджмента;</li> <li>- формулировать научную проблему, цель, задачи и гипотезы исследования;</li> <li>- разработать научно-исследовательский проект, включая выбор методов, инструментов и источников информации;</li> <li>- применять современные методы анализа данных (статистический, контент-анализ, интервью, опросы и др.) при решении управленческих задач в спортивной сфере;</li> <li>- представлять результаты научных исследований в устной и письменной форме (доклады, статьи, презентации).</li> </ul>
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного проведения научных исследований в области менеджмента физической культуры и спорта;</li> <li>- методами критического анализа научной литературы и обобщения информации из различных источников;</li> <li>- современными информационными технологиями и программными средствами для обработки данных;</li> <li>- навыками научной коммуникации на русском и иностранном языках (в том числе при участии в конференциях, публикации статей);</li> <li>- приёмами проектного мышления и управления научными проектами в условиях междисциплинарного</li> </ul>	<p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного проведения научных исследований в области менеджмента физической культуры и спорта;</li> <li>- методами критического анализа научной литературы и обобщения информации из различных источников;</li> <li>- современными информационными технологиями и программными средствами для обработки данных;</li> <li>- навыками научной коммуникации на русском и иностранном языках (в том числе при участии в конференциях, публикации статей);</li> <li>- приёмами проектного мышления и управления научными проектами в условиях междисциплинарного</li> </ul>

	взаимодействия.
--	-----------------

## II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

### Очная форма обучения

	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Тема 1. Исходные понятия экономика и менеджмент и предмет физической культуры и спорта	6	2	2		2
2.	Тема 2. Система менеджмента в физической культуре и спорте	4	1	1		2
3.	Тема 3. Функциональные разновидности менеджмента в физической культуре и спорте	8				8
4.	Тема 4. Информационное обеспечение менеджмента в физической культуре и спорте	8				8
5.	Тема 5. Сущность маркетинга в сфере физической культуры и спорта	6	2	2		2
6.	Тема 6. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга	8				8
7.	Тема 7. Проектирование и организация производства физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.	4	1	1		2
8.	Тема 8. Качество физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга	4	1	1		2
9.	Тема 9. Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга	4	1	1		2
10.	Тема 10. Маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций.	10,7				10,7
	<i>Экзамен</i>	0,3				
	<i>Контроль</i>	9				
	<b>Итого за _3_ семестр</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>8</b>		<b>46,7</b>
	в т. ч. практическая подготовка					
	<b>ИТОГО:</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>8</b>		<b>46,7</b>

### Очно-заочная форма обучения

	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Тема 1. Исходные понятия экономика и менеджмент и предмет физической культуры и спорта	7	1	2		4
2.	Тема 2. Система менеджмента в физической культуре и спорте	6	1	1		4
3.	Тема 3. Функциональные разновидности менеджмента в физической культуре и спорте	6				6
4.	Тема 4. Информационное обеспечение менеджмента в физической культуре и спорте	6				6
5.	Тема 5. Сущность маркетинга в сфере физической культуры и спорта	7	1	2		4
6.	Тема 6. Физкультурно-спортивные услуги в системе маркетинга	6				6
7.	Тема 7. Проектирование и организация производства физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.	6	1	1		4
8.	Тема 8. Качество физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга	6				6
9.	Тема 9. Конкуренция и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга	6				6
10.	Тема 10. Маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций.	6,7				6,7
	<i>Экзамен</i>	0,3	4	6		52,7
	<i>Контроль</i>	9				
	<b><i>Итого за _3_ триместр</i></b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>52,7</b>
	в т. ч. практическая подготовка					
	<b>ИТОГО:</b>	<b>324</b>	<b>26</b>	<b>28</b>		<b>260,7</b>

**Заочная форма обучения не реализуется**

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, теста, реферата, творческого задания, кейса и др.

## Типовой вариант контрольной работы

- 1) Современную экономическую теорию можно определить как науку о...
  - А. Производственных отношениях и экономических законах;
  - Б. Управлении предприятием;
  - В. Государственном регулировании;
  - Г. Использовании (распределении) ограниченных ресурсов.
- 2) К факторам производства относятся ...
  - А. Прибыль, процент, заработная плата;
  - Б. Целеустремленность, материальные возможности, кредиты;
  - В. Труд, капитал, средства производства, предпринимательство;
  - Г. Инвестиции, предметы труда, рента.
- 3) Под альтернативной стоимостью понимается ...
  - А. Стоимость, которая дает вам максимальную прибыль;
  - Б. Цена приобретенной вами вещи;
  - В. Вещь или услуга, которая приносит вам наибольшее удовлетворение;
  - Г. Цена, измеряемая через другую вещь.
- 4) Для экономической системы основной задачей является...
  - А. Определение технических условий производства;
  - Б. Ликвидация инфляции и безработицы;
  - В. Установление справедливого общественного устройства;
  - Г. Координация действия отдельных экономических субъектов.
- 5) Основное значение экономической науки сегодня в том, что она...
  - А. Помогает предпринимателям вести успешный бизнес;
  - Б. Дает ученым возможность реализовать свои возможности;
  - В. Показывает пути наилучшей организации общественного устройства с точки зрения удовлетворения потребностей людей;
  - Г. Раскрывает человеку истинные мотивы его поведения.
- 6) Основной проблемой любой экономической системы является...
  - А. Обеспечение предложения;
  - Б. Ограничение конкуренции;
  - В. насыщение рынка при ограниченности ресурсов;
  - Г. Обеспечение технологических возможностей.
- 7) Полное использование всех ресурсов на кривой производственных возможностей показывает любая точка, лежащая ...
  - А. Вне кривой производственных возможностей;
  - Б. Внутри кривой производственных возможностей;
  - В. На кривой производственных возможностей
  - Г. На кривой производственных возможностей, в которой достигается наиболее полное удовлетворение общества.
- 8) При прочих равных условиях, чем выше в экономике интенсивность обмена, тем уровень транзакционных затрат....
  - А. Выше;

- Б. Ниже.
- В. Не зависит от интенсивности обмена;
- Г. Может быть выше или ниже в зависимости от институциональных факторов.

9) Определите причины, способствующие росту транзакционного сектора в экономике...

- А. Углубление разделения труда;
- Б. Увеличение размера фирм (количества);
- В. Усиление вмешательства государства в экономику;
- Г. Все перечисленное.

10) Маркетинг – это:

- А) все то, на что направлены управленческие воздействия субъекта в рамках организации и для реализации ее целей и задач
- Б) система управленческой, регулирующей и исследовательской деятельности, направленной на эффективное доведение товаров от сферы производства до сферы потребления
- В) совокупность знаний, навыков, опыта для осуществления максимально эффективной связи между объектом и субъектом менеджмента
- Г) организованное движение граждан и государственных органов, направленное на расширение прав и возможностей по отношению к продавцам

11) К этапам маркетингового цикла не относится:

- А) анализ результативности предприятия
- Б) стратегическое и оперативное планирование
- В) разработка нового товара
- Г) продвижение товара

12) Маркетинг, использующийся для выхода на ранее закрытые, прежде всего зарубежные рынки:

- А) глобальный
- Б) международный
- В) мегамаркетинг
- Г) региональный

13) Вид маркетинга, в процессе которого осваивается один или несколько небольших сегментов с большой долей рынка:

- А) микромаркетинг
- Б) недифференцированный
- В) дифференцированный
- Г) концентрированный

14) Вид маркетинга, который используется для того, чтобы убедить потребителей отказаться от потребления вредных продуктов:

- А) конверсионный
- Б) ремаркетинг
- В) противодействующий
- Г) демаркетинг

15) Демаркетинг – вид маркетинга, который:

- А) используется в условиях чрезмерного спроса
- Б) используется в условиях скрытого спроса

- В) занимается восстановлением спроса в случае его снижения
- Г) используется в условиях отсутствия спроса нахождение способов его создания и развития

16) Функции товародвижения и дистрибьюции в маркетинге включают:

- А) организация сбыта и продажи товаров; управление перемещением и складированием товаров (логистика); научная организация торгового процесса
- Б) организация рекламной деятельности; организация каналов маркетинговых коммуникаций; организация конкурентной борьбы
- В) стимулирование спроса и предложения; регулирование товарных запасов; регулирование цен
- Г) поиск и раздел рынка сбыта; сегментация рынка; разработка нового товара или модернизация старого

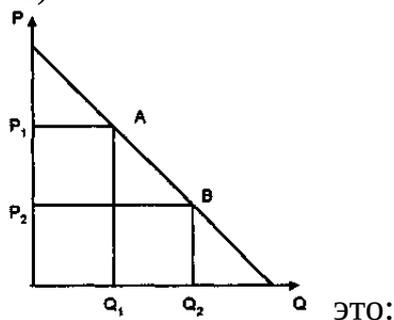
17) Функции регулирования рынка в маркетинге включают:

- А) организация сбыта и продажи товаров; управление перемещением и складированием товаров (логистика); научная организация торгового процесса
- Б) организация рекламной деятельности; организация каналов маркетинговых коммуникаций; организация конкурентной борьбы
- В) стимулирование спроса и предложения; регулирование товарных запасов; регулирование цен
- Г) поиск и раздел рынка сбыта; сегментация рынка; разработка нового товара или модернизация старого

18) Какая концепция маркетинга утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам, которые обладают наивысшим качеством, лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками:

- А) совершенствования производства
- Б) совершенствования товара
- В) чистого маркетинга
- Г) интенсификации коммерческих усилий

19)



это:

- А) график спроса
- Б) график предложения
- В) график равновесия рынка
- Г) график экономических предпочтений

20) Наличие на рынке ограниченного количества производителей. Обычно эти компании производят аналогичный, но не полностью идентичный продукт, имеют большой объем производства, а каждая из них контролирует значительную долю рынка, характерно для модели рынка:

- А) монополии
- Б) чистой конкуренции

- В) олигополии  
Г) монополистической конкуренции
- 21) Наличие большого количества продавцов и покупателей. Их настолько много, что ни продажа, ни покупка не могут существенно повлиять на цену и количества продукта, выставленного на продажу, характерно для модели рынка:  
А) монополии  
Б) чистой конкуренции  
В) олигополии  
Г) монополистической конкуренции
- 22) Символ, термин, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации предлагаемых продавцом или группой продавцов – это:  
А) товар  
Б) продукт  
В) услуга  
Г) товарная марка
- 23) Общее впечатление, сложившееся у потребителя о ее физических свойствах, наименовании, символах, упаковке и сервисе – это:  
А) товар  
Б) продукт  
В) имидж марки  
Г) товарная марка
- 24) Жизненный цикл товара включает в себя:  
А) четыре этапа  
Б) пять этапов  
В) шесть этапов  
Г) семь этапов

### **Примерная тематика рефератов**

1. Состояние, проблемы и перспективы развития физической культуры и спорта.
2. Формирование и оптимизация ассортимента услуг).
3. Важнейшие показатели качества услуг физкультурно-спортивного учреждения и направления их оптимизации.
4. Жизненный цикл физкультурно-спортивной услуги и его продление.
5. Факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг (организаций), их совершенствование.
6. Основные направления развития физической культуры и спорта (на примере конкретного муниципального образования).
7. Конкуренция на рынке физкультурно-спортивных услуг, ее методы.
8. Физическая культура и спорт как социальная сфера и сфера услуг.
9. Рынок услуг физической культуры и спорта и его особенности.
10. Сущность и особенности маркетинга в сфере физической культуры и спорта.

11. Субъекты маркетинга в сфере физической культуры и спорта, их функции.
12. Объекты маркетинга в сфере физической культуры и спорта.
13. Проблемное содержание и особенности маркетинговой деятельности в сфере услуг физической культуры и спорта.
14. Сущность маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности.
15. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью на рынке услуг физической культуры и спорта.
16. Понятие, содержание и основные процедуры сегментирования рынка.
17. Сегментирование рынка услуг физической культуры и спорта по типам потребителей.
18. Виды и особенности рынков услуг физической культуры и спорта по группам потребителей.
19. Сегментация рынка по параметрам услуг физической культуры и спорта.
20. Понятие и основные компоненты стратегии маркетинга в сфере физической культуры и спорта.
21. Типология и виды стратегий маркетинга в сфере физической культуры и спорта.
22. Основные этапы формирования стратегии маркетинга в сфере физической культуры и спорта.
23. Структура, содержание и детализация стратегии конечных потребителей услуг.
24. Проблемное содержание маркетинговой деятельности, связанной с производством услуг в сфере физической культуры и спорта.
25. Разработка замысла в сфере физической культуры и спорта.
26. Формирование и оптимизация характеристик услуги в сфере физической культуры и спорта.
27. Технология проектирования услуг физической культуры и спорта в рамках маркетинга.
28. Понятие и аспекты качества услуг в сфере физической культуры и спорта.
29. Основные показатели качества услуг физической культуры и спорта.
30. Основные методы оценки уровня качества услуг в сфере физической культуры и спорта.
31. Методика оценки качества услуг физической культуры и спорта.
32. Качество и сертификация услуг в сфере физической культуры и спорта.
33. Понятие, виды и особенности конкуренции на рынке услуг сферы физической культуры и спорта.
34. Основные факторы конкурентоспособности услуг физической культуры и спорта.
35. Основные подходы к оценке конкурентоспособности продукта в сфере физической культуры и спорта.

36. Методика оценки конкурентоспособности услуг физической культуры и спорта.

37. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.

38. Особенности и практика коммуникаций на рынке услуг физической культуры и спорта.

39. Технология коммуникативной деятельности на рынке услуг физической культуры и спорта.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена с использованием следующих оценочных материалов: *перечень вопросов к экзамену*

**Вопросы к экзамену**  
**(3 семестр, очная форма обучения**  
**3 триместр, очно-заочная форма обучения)**

1. Мировоззренческая компетентность будущего учителя
2. Формирование духовно-нравственной и профессиональной культуры специалиста
3. Менеджмент в деятельности учителя физической культуры.
4. Стили управления физкультурно-спортивной организацией.
5. Предмет и понятие менеджмента физической культуры и спорта.
6. Основные закономерности управления физической культурой и спортом.
7. Роли менеджера как элемент профессиональной деятельности работников физической культуры и спорта образовательных учреждений.
8. Цель менеджмента в физической культуре и спорте. Объект и субъект управления.
9. Механизм менеджмента в физической культуре и спорте.
10. Основные функции менеджмента в физической культуре и спорте.
11. Принципы менеджмента в физической культуре и спорте.
12. Методы менеджмента в физической культуре и спорте.
13. Стратегический менеджмент. Выбор миссии физкультурно-спортивной организации.
14. Программный (проектный) менеджмент. Организационный менеджмент. Финансовый менеджмент.
15. Персонал-менеджмент. Корпоративная культура физкультурно-спортивной организации.
16. Инновационный менеджмент. Жизненный цикл инновации.
17. Риск-менеджмент. Потенциально возможные потери физкультурно-спортивной организации.
18. Классификация информации, необходимой для осуществления менеджмента в физической культуре и спорте.

19. Информатизация системы физической культуры и спорта. Информационные ресурсы системы физической культуры и спорта.
20. Понятие и основополагающие цели маркетинга в сфере физической культуры и спорта.
21. Объекты и субъекты маркетинга в сфере физической культуры и спорта.
22. Основные направления маркетинговой деятельности в сфере физической культуры и спорта.
23. Основные функции маркетинга направления их реализации в сфере физической культуры и спорта.
24. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью в физической культуре и спорте как сфере услуг.
25. Понятие и отличительные маркетинговые характеристики физкультурно-спортивных услуг.
26. Физкультурно-спортивные услуги как товар.
27. Слагаемые физкультурно-спортивной услуги.
28. Коммерческие характеристики физкультурно-спортивных услуг.
29. Критерии классификации и типология физкультурно-спортивных услуг в маркетинге.
30. Проблемное содержание маркетинговой деятельности, связанной с проектированием и организацией производства услуг отрасли «физическая культура и спорт».
31. Разработка замысла физкультурно-спортивных услуг.
32. Формирование и оптимизация ассортимента услуг отрасли «физическая культура и спорт».
33. Жизненный цикл физкультурно-спортивных услуг.
34. Рыночное позиционирование физкультурно-спортивных услуг.
35. Понятие и аспекты качества услуг.
36. Основные показатели качества услуг физкультурно-спортивных организаций.
37. Маркетинговая деятельность по обеспечению качества.
38. Качество и сертификация услуг.
39. Понятие и виды конкуренции на рынке физкультурно-спортивных услуг.
40. Факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг и организаций.
41. Конкурентные стратегии физкультурно-спортивных организаций и специфика их реализации.
42. Основные подходы к оценке конкурентоспособности продукта.
43. Коммуникация: понятие, генезис, основные функции.
44. Сущность, основные средства и особенности маркетинговых коммуникаций.
45. Коммуникативные модели в маркетинге.
46. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
47. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
48. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.
49. Стимулирование сбыта физкультурно-спортивных услуг как средство маркетинговых коммуникаций.

50. Назначение цен в маркетинге. Схема формирования цен.
51. Методы ценообразования.
52. Стратегии ценообразования.
53. Процесс формирования физкультурно-оздоровительных и физкультурно-спортивных услуг на примере физкультурно-оздоровительного комплекса
54. Продвижение товаров(услуг): понятие, виды, цели.
55. Особенности продвижения услуг физкультурно-оздоровительного комплекса.
56. Особенности продвижения услуг фитнес-центра.
57. Продвижение здорового образа жизни среди подрастающего поколения.
58. Виды продвижения товаров (услуг) физкультурно-спортивной организации.
59. Маркетинговая деятельность Международного олимпийского комитета

#### **IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **4.1. Основная литература**

1. Абдрахманова, Д. Р. Экономика физической культуры и спорта : учебное пособие / Д. Р. Абдрахманова. — Казань : Поволжский ГУФКСиТ, 2024. — 99 с. — ISBN 978-5-6050000-9-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/452060> (дата обращения: 20.05.2025).
2. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта : учебник для среднего профессионального образования / С. С. Филиппов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18085-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/580432> (дата обращения: 20.05.2025).

##### **4.2. Дополнительная литература**

1. Лидс, М. А. Экономика спорта : учебник : [16+] / М. А. Лидс, Альмен Петер фон, В. А. Мэтисон ; пер. с англ. под науч. ред. К. Сосунова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. — Москва : Дело, 2021. — 576 с. — (Академический учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685770> (дата обращения: 20.05.2025).
2. Менеджмент физической культуры: электронное учебное пособие : [16+] / авт.-сост. Т. С. Сусикова, Н. Р. Арбузина ; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, Кафедра социально-экономических дисциплин. — Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2019. — 140 с. : схем. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573622> (дата обращения: 20.05.2025).
3. Нахаева, Е. М. Организация и экономика физической культуры и спорта : учебное пособие / Е. М. Нахаева, Н. В. Минина. — Минск : РИПО, 2022. — 168 с. — Режим

доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697519>  
(дата обращения: 20.05.2025).

## V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	<a href="https://infourok.ru/">https://infourok.ru/</a>	<b>Инфоурок:</b> образовательный интернет-проект России. Включает: конспекты уроков, презентации, тесты, видеуроки и другие материалы по предметам школьной программы.	Свободный доступ
2.	<a href="http://edu.ru/">http://edu.ru/</a>	<b>Российское образование: Федеральный портал. Включает</b> ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ

## VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	<a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

## VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

### **VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.