

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева"

ФАКУЛЬТЕТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА

УТВЕРЖДАЮ
И. о. проректора по УР
М. Х. Чанкаев
«30» апреля 2025 г., протокол № 8

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в физической культуре и спорте

(Наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки

44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки

Физическая культура; безопасность жизнедеятельности

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная/заочная

Год начала подготовки –2022

Карачаевск, 2025

Программу составил(а): доц., к.п.н. Семенова А.О.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 февраля 2018г. № 125, основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), направленность (профиль) Физическая культура; безопасность жизнедеятельности; ОП ВО, локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа обновлена и утверждена на заседании кафедры:
ТОФК и туризма на 2023-2024 учебный год

Рабочая программа обновлена и утверждена на заседании кафедры:
ТОФК и туризма на 2025-2026 уч. год Протокол № 8 от 25.04.2025 г.

Зав. кафедрой Джирикова Ф.Д.

Содержание

2. 1.Наименование дисциплины.....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
4. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
5. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	6
6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
6.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)...	7
6.2.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....	10
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	11
7.1 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	12
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	12
7.3 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
7.3. 1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций	12
7.3.2. Кейс-задачи.....	16
7.3.3. Темы для коллоквиумов.....	17
7.4. Бально-рейтинговая система оценки знаний бакалавров	19
8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса	20
9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля).....	21
9.1. Общесистемные требования	21
9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины	22
9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.....	22
9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы... ..	22
10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	22
11. Лист регистрации изменений.....	24

1. Наименование дисциплины Маркетинг в физической культуре и спорте

Целью дисциплины: является формирование у студентов научно-методической базы, необходимой для овладения студентами научными основами теории социального управления физкультурно-спортивными организациями России в условиях рыночной экономики, совершенствование хозяйственного механизма деятельности физкультурных и спортивных организаций, принятие обоснованных маркетинговых решений, наиболее рациональное использование всех ресурсов отрасли - финансовых, материальных, трудовых.

Для достижения цели предусматривается решение следующих основных задач:

1. Сформировать современные знания общих основ теории маркетинга ФКиС и умения применять эти знания в практической деятельности руководителя.
2. Ознакомить студентов с основами и особенностями финансового менеджмента в спортивных организациях с основами предпринимательства и бизнеса в сфере физической культуры и спорта.
3. Представить основные положения по теории и практическому мастерству "спортивного менеджмента", создать позитивное восприятие рыночных отношений в сфере физической культуры и спорта.
4. Ознакомить студентов с основными аспектами управления в сфере спорта с целью обучения способам улучшения психологического климата и взаимоотношений между людьми в спортивных организациях.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОП ВО бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ПООП/ООП	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК.Б-1.1 Выбирает источники информации адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению УК.Б-1.2 Демонстрирует умение рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи УК.Б.1.3.Выявляет степень доказательности различных	Знать: информацию о сущности, содержании и структуре экономических процессов в сфере физической культуры и спорта; психолого-педагогические основы их организации, приемов педагогического общения; сущность целостного маркетингового процесса, акцентируя внимание на особенностях воспитания в области физической культуры и спорта. Уметь: формировать умения анализа и оценки основных

		<p>точек зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения</p>	<p>маркетинговых концепций, инновационных технологий в сфере физической культуры и спорта;</p> <p>умение обобщать и оценивать научные данные и опыт учителей школы, тренеров и соотносить их с реальной действительностью;</p> <p>диагностировать свой уровень педагогической компетентности, использовать полученные знания, проектировать собственные педагогические действия на практике.</p> <p>Владеть: искусством устного и письменного изложения материала, формулировать, развивать и отстаивать научные положения, делать выводы;</p> <p>навыками ораторского искусства, отстаивать свое мнение, продвигать свои маркетинговые идеи;</p> <p>приемами анализа, сбора информации в сфере маркетинговых исследований.</p>
ПК-3	<p>Способен формировать развивающую образовательную среду для достижения личностных, предметных и метапредметных результатов обучения средствами преподаваемых учебных предметов</p>	<p>ПК-3.1. Владеет способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)</p> <p>ПК-3.2. Использует образовательный потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности.</p> <p>ПК-3.3. Знает психолого-педагогические условия создания развивающей образовательной среды для достижения личностных и метапредметных результатов обучения.</p>	<p>Знать: психолого-педагогические условия создания развивающей образовательной среды для достижения личностных и метапредметных результатов обучения.</p> <p>Уметь: использует образовательный потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности</p> <p>Владеть способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)</p>

4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Маркетинг в физической культуре и спорте относится к дисциплинам по выбору.
Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО	
Индекс	Б1. В. ДВ. 11.02
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные студентами в результате изучения дисциплин: социология, психология, экономика, экономика физической культуры, менеджмент физической культуры.	

5. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 2 ЗЕТ, 72 академических часов.

Объем дисциплины	Всего часов	
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) * (всего)		
Аудиторная работа (всего):	54	8
в том числе:		
лекции		
семинары, практические занятия	54	8
практикумы		
лабораторные работы		
Внеаудиторная работа:		
В том числе, индивидуальная работа обучающихся с преподавателем:		
курсовое проектирование		
групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с		
творческая работа (эссе)		
Контроль самостоятельной работы	36	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	54	128
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	экзамен	экзамен

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ

№ п/п	Раздел дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)		Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)		
		всего	Аудиторные уч. занятия		Результаты освоения	Форма обучения
			Практ.	с/р		
1 раздел. Теоретико-методологические основы маркетинга физической культуры и спорта						
1	Методологические основы маркетинга ФК и С как наука	8	4	4	УК-1 ПК-3	Опрос
2	Виды маркетинга в ФК и С Виды маркетинговых стратегий	8	4	4	УК-1 ПК-3	Реферат
3	Особенности рынка в сфере ФК и С	8	4	4	УК-1 ПК-3	Тестирование
4	Ценообразование и его особенности в малом бизнесе	8	4	4	УК-1 ПК-3	Фронтальный опрос
5	Социальная сущность и определение маркетинга ФКиС	8	4	4	УК-1 ПК-3	Опрос
6	Основы рекламной деятельности в ФК и с	8	4	4	УК-1 ПК-3	Реферат
7	Взаимодействие жизненного цикла товара и рекламы	8	4	4	УК-1 ПК-3	Тестирование
8	Паблик рилейшнз	8	4	4	УК-1 ПК-3	Реферат
9	Организация контроля за соблюдением государственной дисциплины цен	8	4	4	УК-1 ПК-3	Тестирование

2 раздел. Организация маркетинга физической культуре и спорте						
10	Маркетинг как система рыночной ориентации деятельности фирмы	4	2	2	УК-1 ПК-3	Опрос
11	Физкультурно-оздоровительные услуги	4	2	2	УК-1 ПК-3	Реферат
12	Спортивный клуб и его жизненный цикл	4	2	2	УК-1 ПК-3	Тестирование
13	Система товародвижения и продвижения в маркетинге ФКиС	4	2	2	УК-1 ПК-3	Фронтальный опрос
14	Система внутренней и внешней маркетинговой информации	4	2	2	УК-1 ПК-3	Опрос
15	Маркетинговая деятельность международного Олимпийского комитета	4	2	2	УК-1 ПК-3	Реферат
16	Особенности маркетингового управления в спорте	4	2	2	УК-1 ПК-3	Тестирование
17	Маркетинговые концепции сфере физической культуры и спорта	4	2	2	УК-1 ПК-3	Опрос
18	Маркетинг как система рыночной ориентации деятельности фирмы.	4	2	2	УК-1 ПК-3	Реферат
	Контроль	36				
	Всего	144	54	54		

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ

№ п/п	Раздел дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)		Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)		
		всего		Аудиторные уч. занятия	Результаты освоения	Форма обучения
1 раздел. Теоретико-методологические основы маркетинга физической культуры и спорта						

1	Методологические основы маркетинга ФК и С как наука	8	2	6	УК-1 ПК-3	Опрос
2	Виды маркетинга в ФК и С Виды маркетинговых стратегий	8		8	УК-1 ПК-3	Реферат
3	Особенности рынка в сфере ФК и С	10	2	8	УК-1 ПК-3	Тестирование
4	Ценообразование и его особенности в малом бизнесе	8		8	УК-1 ПК-3	Фронтальный опрос
5	Социальная сущность и определение маркетинга ФКиС	8		8	УК-1 ПК-3	Опрос
6	Основы рекламной деятельности в ФК и с	10	2	8	УК-1 ПК-3	Реферат
7	Взаимодействие жизненного цикла товара и рекламы	6		6	УК-1 ПК-3	Тестирование
8	Паблик рилейшнз	8		8	УК-1 ПК-3	Фронтальный опрос
9	Организация контроля за соблюдением государственной дисциплины цен	6		6	УК-1 ПК-3	Опрос
2 раздел. Организация маркетинга физической культуры и спорте						
1	Маркетинг как система рыночной ориентации деятельности фирмы	6		6	УК-1 ПК-3	Опрос
2	Физкультурно-оздоровительные услуги	8	2	6	УК-1 ПК-3	Реферат
3	Спортивный клуб и его жизненный цикл	6		6	УК-1 ПК-3	Тестирование
4	Система товародвижения и продвижения в маркетинге ФКиС	8		8		Фронтальный опрос
5	Система внутренней и внешней маркетинговой информации	8		8	УК-1 ПК-3	Опрос

6	Маркетинговая деятельность международного Олимпийского комитета	8		8	УК-1 ПК-3	Реферат
7	Особенности маркетингового управления в спорте	8		8	УК-1 ПК-3	Тестирование
8	Маркетинговые концепции сфере физической культуры и спорта	6		6	УК-1 ПК-3	Фронтальный опрос
9	Маркетинг как система рыночной ориентации деятельности фирмы.	6		6	УК-1 ПК-3	Опрос
10	Жизненный цикл товара.	8	2	6	УК-1 ПК-3	Реферат
11	Факторы, влияющие на потребителей туристских услуг.	8		8	УК-1 ПК-3	Тестирование
12	Мотивы поведения потребителей.	10	2	8	УК-1 ПК-3	Фронтальный опрос
	Всего:	144	12	130		

6.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Семестр	Раздел дисциплины	Темы занятий	Формы текущего контроля успеваемости
6	1	Практическое занятие №1 Методологические основы маркетинга ФК и С как наука	Собеседование
6	1	Практическое занятие №2 Виды маркетинга в ФК и С Виды маркетинговых стратегий	Сообщение
6	1	Практическое занятие №3 Особенности рынка в сфере ФК и С	Собеседование
6	1	Практическое занятие №4 Ценообразование и его особенности в малом бизнесе	Сообщение
6	1	Практическое занятие №5 Социальная	Собеседование

		сущность и определение маркетинга ФКиС	
6	1	Практическое занятие №6 Основы рекламной деятельности в ФК и с	Сообщение
6	1	Практическое занятие №7 Взаимодействие жизненного цикла товара и рекламы Паблик рилейшнз	Собеседование
6	1	Практическое занятие №8 Организация контроля за соблюдением государственной дисциплины цен	Доклад
6	2	Практическое занятие №9 Маркетинг как система рыночной ориентации деятельности фирмы	Сообщение
6	2	Практическое занятие №10 Физкультурно-оздоровительные услуги	Собеседование
6	2	Практическое занятие №11 Спортивный клуб и его жизненный цикл	Сообщение
6	2	Практическое занятие №12 Система товародвижения и продвижения в маркетинге ФКиС	Собеседование
6	2	Практическое занятие №13 Система внутренней и внешней маркетинговой информации	Сообщение
6	2	Практическое занятие №14 Маркетинговая деятельность международного Олимпийского комитета	Доклад

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Вопросы для самостоятельной работы

1. Организация маркетинга на спортивном предприятии.
2. Ценообразование и его особенности в малом бизнесе.
3. Формирование торговой и ассортиментной политики физкультурных учреждений.
4. Взаимодействие жизненного цикла товара и рекламы.
5. Информационная сущность рекламы.
6. Управление каналами сбыта товаров промышленного назначения.

7. Реклама и ее роль в коммуникационной политике.
8. Маркетинговые исследования в области международного спорта.
9. Продвижение товаров.
10. Организация контроля за соблюдением государственной дисциплины цен.
11. Виды маркетинговых стратегий.
12. Ценообразования, условия их применения.
13. Маркетинг как система рыночной ориентации деятельности фирмы.
14. Установление цен на товары.
15. Процесс принятия решения о покупке.
16. Задачи и политика ценообразования.
17. Зависимость цены и спроса.
18. Реклама в СМИ.
19. Нравственные проблемы российской рекламы.
20. Внешний валютный рынок.
21. Цена и ценность.

7.1 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

7.3 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.3.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Качественные критерии оценивание			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
УК-1					
Базовый	Знать:	информацию о сущности, содержании и структуре процессов обучения и воспитания в сфере физической культуры и спорта.			продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний материала; исчерпывающе
	Уметь:	уметь сделать выводы по излагаемому материалу	формулировать, развивать и отстаивать научные положения, делать выводы	демонстрировать умения самостоятельно работы с нормативно-правовой	последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический

				литературой;	материал;
	Владеть :	искусством устного и письменного изложения материала	применять инновационных технологий в сфере физической культуры и спорта;		правильно формулировать определения;
Повышенный	Знать:	возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки			сущность целостного педагогического процесса, акцентируя внимание на особенностях воспитания в области физической культуры и спорта.
	Уметь:	диагностировать свой уровень педагогической компетентности, использовать полученные знания, проектировать собственные педагогические действия на практике.	анализировать решаемые задачи и ее базовые составляющие в соответствии с заданными требованиями	формулировать, развивать и отстаивать научные положения, делать выводы.	обобщать и оценивать научные данные и опыт учителей школы, тренеров и соотносить их с реальной действительностью
	Владеть :			методикой решения задачи и анализирует методологические проблемы, возникающие при решении задачи	теорией планирования, управления и контроля процессов исследования процессов исследования в своей профессиональной деятельности искусством устного и письменного изложения материала
ПК-3					
Базовый	Знать:	Не знает	В целом знает	Знает	

	психолого-педагогические условия создания развивающей образовательной среды для достижения личностных и метапредметных результатов обучения.	психолого-педагогические условия создания развивающей образовательной среды для достижения личностных и метапредметных результатов обучения.	психолого-педагогические условия создания развивающей образовательной среды для достижения личностных и метапредметных результатов обучения.	психолого-педагогические условия создания развивающей образовательной среды для достижения личностных и метапредметных результатов обучения.	
	Уметь:	Не умеет	В целом умеет	Умеет	
	использует образовательный потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности	использует образовательный потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности	использует образовательный потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности	использует образовательный потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности	
	Владеть:	Не владеет	В целом владеет	Владеет	
	способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)	способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)	способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)	способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)	

<p>Повыше нный</p>	<p>Знать: психолого-педагогические условия создания развивающей образовательной среды для достижения личностных и метапредметных результатов обучения.</p>				<p>В полном объеме знает психолого-педагогические условия создания развивающей образовательной среды для достижения личностных и метапредметных результатов обучения.</p>
	<p>Уметь: использует образовательный потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности</p>				<p>В полном объеме умеет потенциал социокультурной среды региона в преподавании (предмета по профилю) в учебной и во внеурочной деятельности</p>
	<p>Владеть способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)</p>				<p>В полном объеме владеет способами интеграции учебных предметов для организации развивающей учебной деятельности (исследовательской, проектной, групповой и др.)</p>

7.3.2. Кейс-задачи

Задача 1.

Месяц спустя после вашей покупки акций их курс неожиданно поднялся на 15%. Что вы будете делать, не имея дополнительной информации?

Варианты:

- а) буду держать эти акции без дополнительных приобретений или продаж;
- б) продам их и получу разницу;
- в) куплю еще больше акций возможно, их курс еще больше вырастет

Задача 2.

Курс ваших акций неожиданно стал падать через месяц после их приобретения. Но основные показатели корпорации, акции которой вы купили, выглядят убедительно. Что вы будете делать?

Варианты:

- а) куплю еще. Если эти акции выглядели привлекательно при прежней цене, то при более низкой цене они стали ещё более выгодными;
- б) буду держать только эти акции и подожду, пока цена вернется к прежнему уровню;
- в) продам их, чтобы избежать еще больших потерь).

Задача 3.

Вы являетесь ведущим специалистом (тренером) в только что, образовавшейся компании. Вы можете выбрать два способа получения в конце года своих премиальных. Какой из них вы выберете?

Варианты:

- а) 1500 долл. наличным);
- б) вместо наличных возьму документ, дающий право на приобретение новых акций компании (в качестве премии), которые могут принести мне дивиденды в 15 тыс. долл., если компания будет преуспевать. Но эти акции ничего мне не принесут, если компания потерпит неудач).

Задача №4

Рассчитайте и обоснуйте розничную цену на товар для фирмы «Киммерия» при следующей конъюнктуре рынка:

- спрос меньше предложения;
- рынок чистой конкуренции;
- цены на аналогичный товар у конкурентов в пяти замерных точках рынка составляют 32; 33; 31; 34 и 30 грн/ед.;
- товар находится на четвертой стадии ЖЦТ;
- коммерческая себестоимость товара фирмы «Киммерия» на этом рынке 25 грн/ед.;
- руководство фирмы решило применить ценовую стратегию «низкой ценностной значимости».

Задача № 5.

Рассчитайте и обоснуйте предельную, техническую и целевую цену на товар фирмы «Заря» при следующих условиях:

- производственные мощности или готовое производство – 180 тыс. изделий;
- инвестированный капитал – 240 млн. евро; (K);
- ожидаемая рентабельность по капиталу – 10% (Г);
- прямые издержки (С) – 1050 евро за изделие;
- постоянные издержки (F) – 90 млн. евро;
- прогноз объема продаж (Q):

пессимистический - 90 тыс. изделий

вероятный - 120 тыс. изделий

оптимистический - 150 тыс. изделий

Задача № 6

Определите возможный объем сбыта продукции на рынке «Привоз» на следующий месяц методом ПЕРТ – «стандартного распределения вероятностей» при следующих условиях:

· на основе опросов и выводов жюри экспертным путем выявлено три прогноза сбыта яблок на рынке:

1. оптимистический 40 т. в месяц
2. наиболее вероятный 25 т. в месяц
3. пессимистический 30 т. в месяц.

Задача № 7

Определите возможный объем сбыта картофеля на рынке «Обильный» на следующий месяц методом ПЕРТ – «стандартного распределения вероятностей» при следующих условиях:

· на основе опроса и выводов жюри экспертным путем было выявлено три прогноза сбыта картофеля на рынке:

1. Оптимистический – 350 т. в месяц;
2. наиболее вероятный – 340 т. в месяц;
3. пессимистический – 300 т. в месяц.
5. Попробуйте наметить пути совершенствования педагогического мастерства для вас лично.

7.3.3. Темы для коллоквиумов

1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга.
2. Сущность и содержание маркетинга
3. Задачи маркетинга
4. Специфика маркетинга услуг.
5. Развитие теории и практики маркетинга.
6. Уровни и координации маркетинга в ФК и С
7. Современные тенденции развития маркетинга в сфере ФК и С
8. Основные условия применения маркетинга в ФК и С
9. Технология реализации концепции маркетинга на предприятии.
10. Основные элементы и принципы комплексного маркетинга.
11. Классификация маркетинговой информации.
12. Система внутренней маркетинговой информации.
13. Система внешней маркетинговой информации.
14. Система сбора первичной маркетинговой информации.
15. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации.
16. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях.

17. Система анализа маркетинговой информации.
18. Понятие среды маркетинга.
19. Анализ внутренней среды (микросреда).
20. Анализ внешней среды (макросреда).
21. Структура рынка.
22. Оценка и этапы исследования конъюнктуры рынка.
23. Определение емкости рынка.
24. Структура продукта.
25. Позиционирование продукта.
26. Жизненный цикл товара.
27. Ориентация на потребителя.
28. Факторы, влияющие на потребителей туристских услуг.
29. Мотивы поведения потребителей.
30. Характеристика процесса принятия решения.

7.3.4. Вопросы на экзамен

по дисциплине «Маркетинг в физической культуре и спорте»

1. Предмет и метод маркетинга в ФК и С.
2. Сущность и содержание маркетинга в ФК и С.
3. Развитие теории и практики маркетинга.
4. Социально-экономическая сущность маркетинга.
5. Специфика маркетинга услуг.
6. Маркетинг ФК и С на национальном уровне.
7. Туристское предприятие
8. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.
9. Основные условия применения маркетинга в ФК и С.
10. Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии.
11. Анализ рыночных возможностей.
12. Анализ портфеля продукции предприятия: модель Бостон Консалтинг Групп» (БКГ).
13. Классификация маркетинговой информации.
14. Система внутренней маркетинговой информации.
15. Система внешней маркетинговой информации.
16. Система сбора первичной маркетинговой информации.
17. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации.
18. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях.
19. Система анализа маркетинговой информации.
20. Понятие среды маркетинга.
21. Анализ внутренней и внешней среды.
22. Структура рынка.
23. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка.
24. Структура продукта. Позиционирование продукта. Жизненный цикл товара.
25. Ориентация на потребителя.
26. Факторы, влияющие на потребителей туристских услуг.
27. Характеристика процесса принятия решения.

28. Оценка степени удовлетворенности. Исследование степени удовлетворенности.
29. Сущность стратегического маркетинга.
30. Планирование целей предприятия.
31. Разработка альтернативных стратегий.
32. Выбор и оценка стратегии.
33. Формирование продуктовой стратегии.
34. Новые продукты в маркетинговой деятельности.
35. Основные этапы разработки продукта-новинки.
36. Внедрение нового продукта на рынок.
37. Цена в комплексе маркетинга предприятия.
38. Внешние факторы процесса ценообразования.
39. Стратегия и тактика ценообразования. Установление цен на новый товар.
40. Выбор метода ценообразования.

7.4. Балльно-рейтинговая система оценки знаний бакалавров

Согласно Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний бакалавров баллы выставляются в соответствующих графах журнала (см. «Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы») в следующем порядке:

«Посещение» - 2 балла за присутствие на занятии без замечаний со стороны преподавателя; 1 балл за опоздание или иное незначительное нарушение дисциплины; 0 баллов за пропуск одного занятия (вне зависимости от уважительности пропуска) или опоздание более чем на 15 минут или иное нарушение дисциплины.

«Активность» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем за демонстрацию студентом знаний во время занятия письменно или устно, за подготовку домашнего задания, участие в дискуссии на заданную тему и т.д., то есть за работу на занятии. При этом преподаватель должен опросить не менее 25% из числа студентов, присутствующих на практическом занятии.

«Контрольная работа» или «тестирование» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем по результатам контрольной работы или тестирования группы, проведенных во внеаудиторное время. Предполагается, что преподаватель по согласованию с деканатом проводит подобные мероприятия по выявлению остаточных знаний студентов не реже одного раза на каждые 36 часов аудиторного времени.

«Отработка» - от 0 до 2 баллов выставляется за отработку каждого пропущенного лекционного занятия и от 0 до 4 баллов может быть поставлено преподавателем за отработку студентом пропуска одного практического занятия или практикума. За один раз можно отработать не более шести пропусков (т.е., студенту выставляется не более 18 баллов, если все пропущенные шесть занятий являлись практическими) вне зависимости от уважительности пропусков занятий.

«Пропуски в часах всего» - количество пропущенных занятий за отчетный период умножается на два (1 занятие=2 часам) (заполняется делопроизводителем деканата).

«Пропуски по неуважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Пропуски по уважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Корректировка баллов за пропуски» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Итого баллов за отчетный период» - сумма всех выставленных баллов за данный период (графа заполняется делопроизводителем деканата).

Таблица перевода балльно-рейтинговых показателей в отметки традиционной системы оценивания

Соотношение часов лекционных и практических занятий	0/2	1/3	1/2	2/3	1/1	3/2	2/1	3/1	2/0	Соответствие отметки коэффициенту
Коэффициент соответствия балльных показателей традиционной отметке	1,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	«зачтено»
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	«удовлетворительно»
	2	1,75	1,65	1,6	1,5	1,4	1,35	1,25	-	«хорошо»
	3	2,5	2,3	2,2	2	1,8	1,7	1,5	-	«отлично»

Необходимое количество баллов для выставления отметок («зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично») определяется произведением реально проведенных аудиторных часов (n) за отчетный период на коэффициент соответствия в зависимости от соотношения часов лекционных и практических занятий согласно приведенной таблице.

«Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы» заполняется преподавателем на каждом занятии.

В случае болезни или другой уважительной причины отсутствия студента на занятиях, ему предоставляется право отработать занятия по индивидуальному графику.

Студенту, набравшему количество баллов менее определенного порогового уровня, выставляется оценка "неудовлетворительно" или "не зачтено". Порядок ликвидации задолженностей и прохождения дальнейшего обучения регулируется на основе действующего законодательства РФ и локальных актов КЧГУ.

Текущий контроль по лекционному материалу проводит лектор, по практическим занятиям – преподаватель, проводивший эти занятия. Контроль может проводиться и совместно.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса

а) основная учебная литература:

1. Сушикова, Т. С. Экономика физической культуры и спорта: практикум : учебное пособие / Т. С. Сушикова, Н. Р. Арбузина. — Омск : СибГУФК, 2020. — 116 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/242168> — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Зубарев, Ю. А. Менеджмент физической культуры и спорта : учебное пособие / Ю. А. Зубарев, Л. Г. Вакалова. — Волгоград : ВГАФК, 2022. — 268 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404819> — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Федупина, И. Г. Менеджмент физической культуры и спорта : учебное пособие / И. Г. Федупина. — Уфа : БГПУ имени М. Акмуллы, 2017. — 142 с. — Текст :

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:
<https://e.lanbook.com/book/96828> . — Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) дополнительная учебная литература:

1. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1242303. - ISBN 978-5-16-016830-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1903657>. – Режим доступа: по подписке.

9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

9.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Адрес официального сайта университета: <http://kchgu.ru>.

Адрес размещения ЭИОС ФГБОУ ВО «КЧГУ»: <https://do.kchgu.ru>.

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2025-2026 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 249 эбс от 14.05.2025 г. Электронный адрес: https://znanium.com	от 14.05.2025 г. до 14.05.2026 г.
2025-2026 учебный год	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 10 от 11.02.2025 г. Электронный адрес: https://e.lanbook.com	от 11.02.2025 г. до 11.02.2026 г.
2025-2026 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: http://lib.kchgu.ru	Бессрочный
2025-2026 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22.02.2023 г. Электронный адрес: http://rusneb.ru	Бессрочный
2025-2026 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение	Бессрочный

	№15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: http://elibrary.ru	
2025-2026 учебный год	Электронный ресурс Polpred.com Обзор СМИ. Соглашение. Бесплатно. Электронный адрес: http://polpred.com	Бессрочный

9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

Занятия проводятся в учебных аудиториях, предназначенных для проведения занятий лекционного и практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с расписанием занятий по образовательной программе. С описанием оснащённости аудиторий можно ознакомиться на сайте университета, в разделе материально-технического обеспечения и оснащённости образовательного процесса по адресу: <https://kchgu.ru/sveden/objects/>

9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная;
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная;
- ABBY FineReader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная;
- CalculateLinux (внесён в ЕРПИ Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная;
- Google G Suite for Education (IC: 01ilp5u8), бессрочная;
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 25.01.2023 г. по 03.03.2025 г.;
- Kaspersky Endpoint Security. Договор №0379400000325000001/1 от 28.02.2025 г. Срок действия лицензии с 27.02.2025 г. по 07.03.2027 г.

9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Федеральный портал «Российское образование» - <https://edu.ru/documents/>
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru/>
3. Базы данных Scopus издательства Elsevir <http://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>.
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - <http://fgosvo.ru>.
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) – <http://edu.ru>.
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru>.
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – <http://window.edu.ru>.

10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ФГБОУ ВО «Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева» созданы условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Специальные условия для получения образования по ОПВО обучающимися с ограниченными возможностями здоровья определены [«Положением об обучении лиц с](#)

ОВЗ в КЧГУ», размещенным на сайте Университета по адресу: <http://kchgu.ru>.

11. Лист регистрации изменений

В рабочей программе внесены следующие изменения:

Изменение	Дата и номер протокола ученого совета факультета/ института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений в ОПВО	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения в ОПВО