

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО Чурапчинский государственный институт физической культуры и спорта

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ И.И. Готовцев

_____ 2020 г.

Спортивный маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **спортивной подготовки и национальных видов спорта**

Учебный план 1. 49.03.01 ФК ФО 3++(бакалавры)_готовый.plx
Направление 49.03.01 Физическая культура

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72

в том числе:

аудиторные занятия 34

самостоятельная работа 37,8

Виды контроля в семестрах:

зачеты 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	17 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	17	17	17	17
Практические	17	17	17	17
Контактная работа на промежуточную аттестацию	0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	34	34	34	34
Контактная работа	34,2	34,2	34,2	34,2
Сам. работа	37,8	37,8	37,8	37,8
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

кни, Доцент, Олесов Николай Петрович _____

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины

Спортивный маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура (приказ Минобрнауки России от 16.10.2017 г. № 940)

составлена на основании учебного плана:

Направление 49.03.01 Физическая культура

утвержденного учёным советом вуза от 27.01.2018 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

спортивной подготовки и национальных видов спорта

Протокол от _____ 2020 г. № ____

Срок действия программы: уч.г.

Зав. кафедрой Алексеев Василий Николаевич

Председатель УМС

_____ 2020 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС Коркин Е.В.

__ _____ 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-22 учебном году на заседании кафедры

Протокол от __ _____ 2021 г. № __
Зав. кафедрой

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС

__ _____ 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

Протокол от __ _____ 2022 г. № __
Зав. кафедрой

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС

__ _____ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Протокол от __ _____ 2023 г. № __
Зав. кафедрой

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС

__ _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

Протокол от __ _____ 2024 г. № __
Зав. кафедрой

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Дисциплина «Маркетинг» является вариативной дисциплиной, формирующей у обучающихся готовность принимать эффективные маркетинговые решения в профессиональной деятельности бакалавров на рынке товаров и услуг по ФКиС в научно-исследовательской и проектной деятельности.
1.2	Целью освоения дисциплины является готовность обучающегося к реализации компетенций, позволяющих успешно решать профессиональные задачи практического применения маркетинга на рынке товаров и услуг ФКиС.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДЭ.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Теория и методика обучения базовым видам спорта: гимнастика
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать:	
Уровень 1	неполностью знает: - методы организации и управления в области физической культуры и спорта, применяемые на федеральном и региональном уровнях - основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурноспортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности
Уровень 2	знает: - методы организации и управления в области физической культуры и спорта, применяемые на федеральном и региональном уровнях - основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурноспортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности
Уровень 3	хорошо знает: - методы организации и управления в области физической культуры и спорта, применяемые на федеральном и региональном уровнях - основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурноспортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности
Уметь:	
Уровень 1	неполностью умеет осуществлять планирование физкультурнооздоровительных и спортивно-массовых мероприятий с учетом его целей и задач физкультурно-спортивной организации
Уровень 2	умеет осуществлять планирование физкультурнооздоровительных и спортивно-массовых мероприятий с учетом его целей и задач физкультурно-спортивной организации
Уровень 3	хорошо умеет осуществлять планирование физкультурнооздоровительных и спортивно-массовых мероприятий с учетом его целей и задач физкультурно-спортивной организации
Владеть:	
Уровень 1	неполностью владеет планирования спортивных, физкультурнооздоровительных и спортивно-массовых мероприятий
Уровень 2	владеет планирования спортивных, физкультурнооздоровительных и спортивно-массовых мероприятий
Уровень 3	хорошо владеет планирования спортивных, физкультурнооздоровительных и спортивно-массовых мероприятий

ПК-9: Способен планировать и проводить физкультурно-оздоровительные и спортивно-массовые мероприятия, организовывать досуговую деятельность и активный отдых в организациях различного типа

Знать:	
Уровень 1	- теоретические основы организации массового спорта;
Уровень 2	- основы спортивного маркетинга;
Уровень 3	- закономерности и механизмы формирования и увеличения функциональных резервов организма при различных видах физических нагрузок;
Уметь:	
Уровень 1	- разрабатывать программу организации досуговой деятельности и активного отдыха по месту жительства,

	месту у работы, месту отдыха населения с учетом особенностей контингента и средовых условий;
Уровень 2	- определять цели, задачи и содержание физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий с учетом особенностей и интересов занимающихся;
Уровень 3	планировать и проводить различные формы занятий с учетом возраста и уровня физической подготовленности в целях поддержания и укрепления здоровья занимающихся
Владеть:	
Уровень 1	- составления программы и проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий в физкультурно-спортивной организации;
Уровень 2	планирования, составления плана тренировки на конкретный период, программы цикла занятий, конспекта конкретного занятия;
Уровень 3	- обеспечения безопасности для жизни, здоровья и имущества потребителей и окружающей среды при оказании физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг

ПК-14: Способен планировать и координировать проведение мероприятий и выполнение работ, исходя из целей и задач организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта

Знать:	
Уровень 1	- основы маркетинговой деятельности
Уровень 2	- основы менеджмента, управления персоналом
Уровень 3	основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурно-спортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности;
Уметь:	
Уровень 1	- собирать и анализировать информацию в области физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы;
Уровень 2	анализировать требования организатора мероприятий к условиям проведения мероприятия и оценивать их на соответствие материальной и технической базе организации и ее структурных подразделений, а также на соответствие нормативным правовым актам;
Уровень 3	- осуществлять стратегическое планирование физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий с учетом его целей и задач физкультурно-спортивной организации
Владеть:	
Уровень 1	- составления планов проведения физкультурных, спортивных, массовых мероприятий, тренировочных и развлекательных мероприятий в соответствии с заявками физкультурно-спортивных организаций и договорными обязательствами;
Уровень 2	определения графиков проведения и программ спортивных, спортивно-массовых мероприятий, праздников в соответствии с договорными обязательствами;
Уровень 3	разработки положения о спортивном соревновании, физкультурно-оздоровительном и спортивно-массовом мероприятии;

ПК-15: Способен осуществлять анализ финансово-хозяйственной деятельности, реализовывать учетную политику организации

Знать:	
Уровень 1	- основы экономики; - основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурноспортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности;
Уровень 2	- нормативные документы в области регулирования финансов, бухгалтерского учета и отчетности, вышестоящей организации, собственника по организации учета, контроля и подготовке отчетности в физкультурно-спортивной организации различной организационно-правовой формы и формы собственности; - нормативные документы в области регулирования финансов, бухгалтерского учета и отчетности, вышестоящей организации, собственника по осуществлению закупочной деятельности и управлению имуществом;
Уровень 3	- основы экономики; - основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурноспортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности; - нормативные документы в области регулирования финансов, бухгалтерского учета и отчетности, вышестоящей организации, собственника по организации учета, контроля и подготовке отчетности в физкультурно-спортивной организации различной организационно-правовой формы и формы собственности; - нормативные документы в области регулирования финансов, бухгалтерского учета и отчетности, вышестоящей организации, собственника по осуществлению закупочной деятельности и управлению имуществом;
Уметь:	
Уровень 1	- анализировать отчеты с целью определения их реалистичности, логичности, соответствия действительному положению дел, требованиям нормативных правовых актов вышестоящей организации, собственника; - анализировать данные финансовой отчетности; - планировать ценообразование и ценовую политику; - оценивать экономическую эффективность решений по управлению спортивным и

	технологическим оборудованием
Уровень 2	- анализировать отчеты с целью определения их реалистичности, логичности, соответствия действительному положению дел, требованиям нормативных правовых актов вышестоящей организации, собственника; - анализировать данные финансовой отчетности; - планировать ценообразование и ценовую политику; - оценивать экономическую эффективность решений по управлению спортивным и технологическим оборудованием
Уровень 3	- анализировать отчеты с целью определения их реалистичности, логичности, соответствия действительному положению дел, требованиям нормативных правовых актов вышестоящей организации, собственника; - анализировать данные финансовой отчетности; - планировать ценообразование и ценовую политику; - оценивать экономическую эффективность решений по управлению спортивным и технологическим оборудованием
Владеть:	
Уровень 1	- контроля выполнения периодических оперативных планов финансово-хозяйственной деятельности и планов по деятельности в соответствии с требованиями собственника или вышестоящей организации, отраженными в уставе или положении о структурном подразделении; - разработки и планирования цен на платные услуги и способов расчета с покупателями в порядке, установленном нормативными правовыми актами, требованиями вышестоящей организации (собственника), уставом или положением о структурном подразделении; - планирования материальных ресурсов и кадров для оказания платных услуг; - мониторинга и контроля ценообразования на платные услуги; - составления сметы спортивного и спортивно-массового мероприятия.
Уровень 2	- контроля выполнения периодических оперативных планов финансово-хозяйственной деятельности и планов по деятельности в соответствии с требованиями собственника или вышестоящей организации, отраженными в уставе или положении о структурном подразделении; - разработки и планирования цен на платные услуги и способов расчета с покупателями в порядке, установленном нормативными правовыми актами, требованиями вышестоящей организации (собственника), уставом или положением о структурном подразделении; - планирования материальных ресурсов и кадров для оказания платных услуг; - мониторинга и контроля ценообразования на платные услуги; - составления сметы спортивного и спортивно-массового мероприятия.
Уровень 3	- контроля выполнения периодических оперативных планов финансово-хозяйственной деятельности и планов по деятельности в соответствии с требованиями собственника или вышестоящей организации, отраженными в уставе или положении о структурном подразделении; - разработки и планирования цен на платные услуги и способов расчета с покупателями в порядке, установленном нормативными правовыми актами, требованиями вышестоящей организации (собственника), уставом или положением о структурном подразделении; - планирования материальных ресурсов и кадров для оказания платных услуг; - мониторинга и контроля ценообразования на платные услуги; - составления сметы спортивного и спортивно-массового мероприятия.

ПК-18: Способен осуществлять анализ данных о результатах деятельности организаций физической культуры и спорта

Знать:

Уровень 1	приоритетные направления и целевые показатели развития физической культуры и спорта - основы маркетинговой деятельности;
Уровень 2	- основы маркетинговой деятельности
Уровень 3	- приоритетные направления и целевые показатели развития физической культуры и спорта - основы маркетинговой деятельности; - основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурноспортивной организации различной организационноправовой формы и формы собственности; - нормативные документы в области регулирования финансов, бухгалтерского учета и отчетности, вышестоящей организации, собственника по организации учета, контроля и подготовке отчетности в физкультурно-спортивной организации различной организационно-правовой формы и формы собственности.

Уметь:

Уровень 1	проводить количественную оценку плана ресурсного обеспечения физкультурно-оздоровительного или спортивно-массового мероприятия физкультурно-спортивной организации;
Уровень 2	- проводить качественную оценку программы физкультурно-оздоровительного или спортивно-массового мероприятия.
Уровень 3	- анализировать состав, качество и ценовую политику с целью определения востребованности и конкурентоспособности платных услуг; - выполнять анализ планов по основной деятельности; - выполнять план-факт-анализ, устанавливая причины отклонений; - анализировать данные финансовой и статистической отчетности; - выполнять анализ отчетов с целью определения их реалистичности, логичности, соответствия действительному положению дел и удовлетворения формальным требованиям нормативных правовых актов вышестоящей организации, собственника - проводить количественную оценку плана ресурсного обеспечения физкультурно-оздоровительного или спортивно-массового мероприятия физкультурноспортивной организации; - проводить качественную оценку программы физкультурно- оздоровительного или спортивно-массового мероприятия

Владеть:	
Уровень 1	определения наиболее эффективных и допустимых способов осуществления деятельности по оказанию платных услуг в соответствии с уставными целями, нормативными правовыми актами;
Уровень 2	мониторинга и контроля ценообразования на платные услуги;
Уровень 3	- определения наиболее эффективных способов осуществления физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой деятельности в соответствии с уставными целями, нормативными правовыми актами, распорядительными актами вышестоящей организации, а также с передовыми методическими подходами к организации физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	Профессиональный стандарт «Инструктор-методист», утвержденный Минтруда России от 8 сентября 2014 г. №630
3.1.2	ПК-9 Способен планировать и проводить физкультурно-оздоровительные и спортивно- массовые мероприятия, организовывать досуговую деятельность и активный отдых в организациях различного типа.
3.1.3	- теоретические основы организации массового спорта;
3.1.4	- основы спортивного маркетинга;
3.1.5	- закономерности и механизмы формирования и увеличения функциональных резервов организма при различных видах физических нагрузок;
3.1.6	(Е/01.6 Руководство организацией и проведением физкультурно- оздоровительной и спортивно-массовой работы в физкультурно-спортивной организации
3.1.7	Проводить качественную оценку программы физкультурнооздоровительного или спортивно-массового мероприятия, разработанной инструктором-методистом
3.1.8	Профессиональный стандарт «Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта», утвержденный Минтруда России от 29 октября 2015 г. №798н
3.1.9	
3.1.10	- ПК-14 Способен планировать и координировать проведение мероприятий и выполнение работ, исходя из целей и задач организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта. (D/01.6 Текущее планирование деятельности по консультированию и тестированию,
3.1.11	В/01.6 Разработка и утверждение текущих и перспективных планов работы, определение целевых показателей деятельности)
3.1.12	- основы маркетинговой деятельности
3.1.13	- основы менеджмента, управления персоналом
3.1.14	- основы экономики, организации труда и управления;
3.1.15	- основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурно-спортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности;
3.1.16	ПК-18 Способен осуществлять анализ данных о результатах деятельности организаций физической культуры и спорта. (А/04.6 Контроль и учет деятельности в области физической культуры и спорта по месту работы, месту жительства и месту отдыха, а также в образовательных организациях,
3.1.17	В/03.6 Контроль и учет исполнения планов, результатов информационного и методического обеспечения деятельности физкультурно- спортивной организации.
3.1.18	- приоритетные направления и целевые показатели развития физической культуры и спорта
3.1.19	- основы маркетинговой деятельности;
3.2 Уметь:	
3.2.1	Профессиональный стандарт «Инструктор-методист», утвержденный Минтруда России от 8 сентября 2014 г. №630
3.2.2	ПК-9 Способен планировать и проводить физкультурно-оздоровительные и спортивно- массовые мероприятия, организовывать досуговую деятельность и активный отдых в организациях различного типа.
3.2.3	- разрабатывать программу организации досуговой деятельности и активного отдыха по месту жительства, месту у работы, месту отдыха населения с учетом особенностей контингента и средовых условий;
3.2.4	- определять цели, задачи и содержание физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий с учетом особенностей и интересов занимающихся;
3.2.5	- нормировать и контролировать тренировочных нагрузок в соответствие с принципами здорового образа жизни;
3.2.6	- планировать и проводить различные формы занятий с учетом возраста и уровня физической подготовленности в целях поддержания и укрепления здоровья занимающихся;- разрабатывать программу проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий;
3.2.7	(Е/01.6 Руководство организацией и проведением физкультурно- оздоровительной и спортивно-массовой работы в физкультурно-спортивной организации
3.2.8	Методики проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий

3.2.9	Профессиональный стандарт «Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта», утвержденный Минтруда России от 29 октября 2015 г. №798н
3.2.10	- ПК-14 Способен планировать и координировать проведение мероприятий и выполнение работ, исходя из целей и задач организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта.
3.2.11	(D/01.6 Текущее планирование деятельности по консультированию и тестированию,
3.2.12	В/01.6 Разработка и утверждение текущих и перспективных планов работы, определение целевых показателей деятельности)
3.2.13	- собирать и анализировать информацию в области физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой работы;
3.2.14	- анализировать требования организатора мероприятий к условиям проведения мероприятия и оценивать их на соответствие материальной и технической базе организации и ее структурных подразделений, а также на соответствие нормативным правовым актам;
3.2.15	- осуществлять стратегическое планирование физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий с учетом его целей и задач физкультурно-спортивной организации
3.2.16	ПК-18 Способен осуществлять анализ данных о результатах деятельности организаций физической культуры и спорта. (А/04.6 Контроль и учет деятельности в области физической культуры и спорта по месту работы, месту жительства и месту отдыха, а также в образовательных организациях,
3.2.17	В/03.6 Контроль и учет исполнения планов, результатов информационного и методического обеспечения деятельности физкультурно- спортивной организации.
3.2.18	- проводить количественную оценку плана ресурсного обеспечения физкультурно-оздоровительного или спортивно-массового мероприятия физкультурно-спортивной организации;
3.2.19	- проводить качественную оценку программы физкультурно-оздоровительного или спортивно-массового мероприятия.
3.3	Владеть:
3.3.1	Профессиональный стандарт «Инструктор-методист», утвержденный Минтруда России от 8 сентября 2014 г. №630
3.3.2	ПК-9 Способен планировать и проводить физкультурно-оздоровительные и спортивно- массовые мероприятия, организовывать досуговую деятельность и активный отдых в организациях различного типа.
3.3.3	- составления программы и проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий в физкультурно-спортивной организации;
3.3.4	- планирования, составления плана тренировки на конкретный период, программы цикла занятий, конспекта конкретного занятия;
3.3.5	(Е/01.6 Руководство организацией и проведением физкультурно- оздоровительной и спортивно-массовой работы в физкультурно-спортивной организации
3.3.6	Составление общего плана проведения физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий физкультурно-спортивной организации на основе разработанных планов, предоставленных инструкторами-методистами
3.3.7	Профессиональный стандарт «Руководитель организации (подразделения организации), осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта», утвержденный Минтруда России от 29 октября 2015 г. №798н
3.3.8	- ПК-14 Способен планировать и координировать проведение мероприятий и выполнение работ, исходя из целей и задач организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта.
3.3.9	(D/01.6 Текущее планирование деятельности по консультированию и тестированию,
3.3.10	В/01.6 Разработка и утверждение текущих и перспективных планов работы, определение целевых показателей деятельности)
3.3.11	- составления планов проведения физкультурных, спортивных, массовых мероприятий, тренировочных и развлекательных мероприятий в соответствии с заявками физкультурно-спортивных организаций и договорными обязательствами;
3.3.12	- определения графиков проведения и программ спортивных, спортивно-массовых мероприятий, праздников в соответствии с договорными обязательствами;
3.3.13	- разработки положения о спортивном соревновании, физкультурно-оздоровительном и спортивно-массовом мероприятии;
3.3.14	ПК-18 Способен осуществлять анализ данных о результатах деятельности организаций физической культуры и спорта. (А/04.6 Контроль и учет деятельности в области физической культуры и спорта по месту работы, месту жительства и месту отдыха, а также в образовательных организациях,
3.3.15	В/03.6 Контроль и учет исполнения планов, результатов информационного и методического обеспечения деятельности физкультурно- спортивной организации.
3.3.16	- мониторинга и контроля качества оказываемых платных услуг, их соответствия требованиям нормативных правовых актов и условиям договора;

3.3.17	- определения наиболее эффективных и допустимых способов осуществления деятельности по оказанию платных услуг в соответствии с уставными целями, нормативными правовыми актами;
3.3.18	- мониторинга и контроля ценообразования на платные услуги;
3.3.19	- определения наиболее эффективных способов осуществления физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой деятельности в соответствии с уставными целями, нормативными правовыми актами, распорядительными актами вышестоящей организации, а также с передовыми методическими подходами к организации физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Понятие маркетинга						
1.1	Возникновение и развитие маркетинга в отрасли ФКиС. Сущность и содержание маркетинга в отрасли ФКиС. Функции маркетинга в отрасли ФКиС. Маркетинговая среда в отрасли ФКиС. Маркетинговая среда: микросреда - фирмы, поставщики, маркетинговые посредники, клиентура, конкуренты, контактные аудитории; макросреда - демографическая, экологическая, экономическая, научно-техническая, политическая, культурная. /Лек/	4	4	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
1.2	Возникновение и развитие маркетинга в отрасли ФКиС. Сущность и содержание маркетинга в отрасли ФКиС. Функции маркетинга в отрасли ФКиС. Маркетинговая среда в отрасли ФКиС. Маркетинговая среда: микросреда - фирмы, поставщики, маркетинговые посредники, клиентура, конкуренты, контактные аудитории; макросреда - демографическая, экологическая, экономическая, научно-техническая, политическая, культурная. /Пр/	4	3	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
	Раздел 2. Методология и система управления маркетинговыми коммуникациями в отрасли физической культуры и спорта						
2.1	Возникновение и развитие маркетинга. Сущность и содержание маркетинга, принципы маркетинга, цели маркетинга. Функции маркетинга. Элементы комплекса 5 маркетинга. Рыночная стратегия: маркетинговые цели, коммуникативные цели, позиционирование, целевая аудитория, идеальный потребитель. Элементы комплекса продвижения: реклама, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, личная продажа, пропаганда и связи с общественностью.	4	7,8	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	

2.2	Возникновение и развитие маркетинга. Сущность и содержание маркетинга, принципы маркетинга, цели маркетинга. Функции маркетинга. Элементы комплекса 5 маркетинга. Рыночная стратегия: маркетинговые цели, коммуникативные цели, позиционирование, целевая аудитория, идеальный потребитель. Элементы комплекса продвижения: реклама, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, личная продажа, пропаганда и связи с общественностью. /Пр/	4	3	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
Раздел 3. Товар и услуги в ФКиС: Разработка товара и услуг. Рыночная атрибутика товара							
3.1	Основные виды классификаций товаров и услуг ФКиС. Рыночная атрибутика товара и услуг ФКиС. Товарный ассортимент в отрасли ФКиС. Разработка новых товаров и услуг ФКиС /Лек/	4	4	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
3.2	Возникновение и развитие маркетинга. Сущность и содержание маркетинга, принципы маркетинга, цели маркетинга. Функции маркетинга. Элементы комплекса 5 маркетинга. Рыночная стратегия: маркетинговые цели, коммуникативные цели, позиционирование, целевая аудитория, идеальный потребитель. Элементы комплекса продвижения: реклама, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, личная продажа, пропаганда и связи с общественностью. /Ср/	4	6	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
Раздел 4. Поведение потребителя в области ФКиС							
4.1	Базовая модель принятия решений потребителем. Влияние окружающей среды на поведение потребителя /Лек/	4	3	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
4.2	Анализ ситуации на рынке в отрасли ФКиС. Способы охвата рынка в отрасли ФКиС /Пр/	4	3	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
4.3	Базовая модель принятия решений потребителем. Влияние окружающей среды на поведение потребителя /Ср/	4	6	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
Раздел 5. Ценообразование в области ФКиС							
5.1	Методика расчета исходной цены в отрасли ФКиС. Методы ценообразования в отрасли ФКиС /Лек/	4	3	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	

5.2	Каналы распределения в отрасли ФКиС. Методы сбыта товара в отрасли ФКиС. Функциональные характеристики посредников в отрасли ФКиС. Каналы распределения: прямой и косвенный, ширина и протяженность канала. Торговля и посредники. Методы сбыта товара: прямой и косвенный сбыт. Формы работы с посредником. Выбор оптимального канала сбыта. Выбор и стимулирование посредника и торгового представителя. Принципы работы с посредником. Функциональные характеристики посредников /Пр/	4	4	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
5.3	Каналы распределения в отрасли ФКиС. Методы сбыта товара в отрасли ФКиС. Функциональные характеристики посредников в отрасли ФКиС. Каналы распределения: прямой и косвенный, ширина и протяженность канала. Торговля и посредники. Методы сбыта товара: прямой и косвенный сбыт. Формы работы с посредником. Выбор оптимального канала сбыта. Выбор и стимулирование посредника и торгового представителя. Принципы работы с посредником. Функциональные характеристики посредников /Ср/	4	6	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
Раздел 6. Продвижение товаров и услуг в отрасли ФКиС							
6.1	Рыночная стратегия в отрасли ФКиС. Элементы комплекса продвижения товаров и услуг в отрасли ФКиС. Рекламное обращение в отрасли ФКиС. Процесс выбора средства массовой информации в отрасли ФКиС /Ср/	4	6	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
Раздел 7. Технология управления маркетинговыми коммуникациями в отрасли физической культуры и спорта							
7.1	Рекламное обращение: эмоциональное и рациональное. Стиль творческого исполнения. Источники: авторитетные, привлекательные, власти. Порядок презентации маркетингового сообщения. Рекламное исполнение. Базовые компоненты рекламного сообщения. Издательская платформа. Методы повышения эффективности рекламной кампании. Процесс выбора средства массовой информации. Критерии, рассматриваемые при разработке плана СМИ: возможные альтернативы, зона действия, охват, частота. Характеристики основных СМИ. Интерактивные СМИ. Стратегии продвижения: протягивание и проталкивание. /Лек/	4	3	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	

7.2	Рекламное обращение: эмоциональное и рациональное. Стиль творческого исполнения. Источники: авторитетные, привлекательные, власти. Порядок презентации маркетингового сообщения. Рекламное исполнение. Базовые компоненты рекламного сообщения. Издательская платформа. Методы повышения эффективности рекламной кампании. Процесс выбора средства массовой информации. Критерии, рассматриваемые при разработке плана СМИ: возможные альтернативы, зона действия, охват, частота. Характеристики основных СМИ. Интерактивные СМИ. Стратегии продвижения: протягивание и проталкивание. /Пр/	4	4	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
7.3	Рекламное обращение: эмоциональное и рациональное. Стиль творческого исполнения. Источники: авторитетные, привлекательные, власти. Порядок презентации маркетингового сообщения. Рекламное исполнение. Базовые компоненты рекламного сообщения. Издательская платформа. Методы повышения эффективности рекламной кампании. Процесс выбора средства массовой информации. Критерии, рассматриваемые при разработке плана СМИ: возможные альтернативы, зона действия, охват, частота. Характеристики основных СМИ. Интерактивные СМИ. Стратегии продвижения: протягивание и проталкивание. /Ср/	4	6	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	
7.4	/КрАт/	4	0,2	УК-2 ПК-9 ПК-14 ПК-15 ПК-18	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачету

1. Возникновение и развитие маркетинга
2. Сущность и содержание маркетинга в отрасли ФКиС
3. Функции маркетинга в отрасли ФКиС
4. Маркетинговая среда в отрасли ФКиС
5. Понятие организационных структур службы маркетинга в отрасли ФКиС
6. Виды организационных структур в отрасли ФКиС
7. Структурные подразделения службы маркетинга в отрасли ФКиС
8. Жизненный цикл товара в отрасли ФКиС
9. Основные характеристики и типичные реакции производителей в отрасли ФКиС
10. Инвестиции в отрасли ФКиС
11. Основные виды классификаций товаров и услуг ФКиС
12. Рыночная атрибутика товара и услуг ФКиС
13. Товарный ассортимент в отрасли ФКиС
14. Разработка новых товаров и услуг ФКиС
15. Базовая модель принятия решений потребителем в отрасли ФКиС
16. Влияние окружающей среды на поведение потребителя в отрасли ФКиС
17. Анализ ситуации на рынке в отрасли ФКиС

18. Способы охвата рынка в отрасли ФКиС
19. Методика расчета исходной цены
20. Методы ценообразования в отрасли ФКиС
21. Каналы распределения в отрасли ФКиС
22. Методы сбыта товара в отрасли ФКиС
23. Функциональные характеристики посредников в отрасли ФКиС
24. Рыночная стратегия в отрасли ФКиС
25. Элементы комплекса продвижения в отрасли ФКиС
26. Рекламное обращение в отрасли ФКиС
27. Процесс выбора средства массовой информации в отрасли ФКиС

5.2. Темы письменных работ

Требования к усвоению материала по разделам

Контрольная в форме реферата:

Примерная тематика рефератов

1. Спорт как потребительское решение
2. Кто такие болельщики и почему они важны?
3. Участники индустрии спорта
4. Продажа спортивных мероприятий
5. Предложения спонсорам, выставляемые на продажу
6. Исторические образы и их воздействие
7. Эволюция
8. Спортивное событие
9. Зрители
10. Спонсоры
11. Почему компании используют спортивные события?
12. Финансовая взаимозависимость
13. Механизмы продаж
14. Как работает треугольник
15. Соединение трех методов воедино
16. Место проведения события и спонсорство спортивных сооружений
17. Притягательная сила спортивного события — звезды
18. Причины взаимозависимости в спортивном событии
19. Ситуационный анализ: полное великолепие
20. Кто действительно ходит на игры?
21. Организационные вопросы
22. Мотивы, действующие в главных спортивных лигах
23. Что лежит в основе фанатизма главных спортивных лиг
24. О тех, кто пашет, или к вопросу о трудовом вкладе
25. А что должен делать игрок?
26. Кто побеждает в споре за франшизные команды
27. Перезеды команды
28. Производство прибылей в больших размерах

5.3. Фонд оценочных средств

Этап формирования компетенций Форма контроля Оцениваемые компетенции Темы (разделы) дисциплины, для проверки освоения которых предназначено оценочное средство

Устный опрос ПК – 9,10 СК-1 Понятие маркетинга.

Методология и система управления маркетинговыми коммуникациями в отрасли физической культуры и спорта.

Товар и услуги в ФКиС: Разработка товара и услуг. Рыночная атрибутика товара.

Поведение потребителя в области ФКиС.

Рынок ФКиС.

Ценообразование в области ФКиС

Распределение (сбыт) в отрасли ФКиС

Продвижение товаров и услуг в отрасли ФКиС.

Технология управления маркетинговыми коммуникациями в отрасли физической культуры и спорта

Контрольная работа ПК – 9,10 СК-1 Понятие маркетинга.

Методология и система управления маркетинговыми коммуникациями в отрасли физической культуры и спорта. Товар и услуги в ФКиС: Разработка товара и услуг. Рыночная атрибутика товара.

Поведение потребителя в области ФКиС.

Рынок ФКиС Ценообразование в области ФКиС.

Распределение (сбыт) в отрасли ФКиС

Продвижение товаров и услуг в отрасли ФКиС.

Технология управления маркетинговыми коммуникациями в отрасли физической культуры и спорта.

зачет ПК – 9,10 СК-1 Зачет нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Зачет проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.

5.4. Перечень видов оценочных средств**6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
--	---------------------	----------	-------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛП.1	<p>Аллани Х., Беляев С. А., Блинов В. А., Бондаренко М. П., Верина О. В., Воробьев А. А., Гавва В. В., Григорьев С. К., Губа В. П., Гуз А. С., Диванкулиев Д. Г., Дрова К. А., Жукова О. В., Жулин А. А., Журавлева А. В., Захарова Д. В., Зозуля С. Н., Золотарёв А. П., Золотов М. И., Золотов М. М., Зубарев Ю. А., Зубарева Ю. С., Клишин В. Э., Ковылкина В. И., Колесник В. В., Корягина Ю. В., Кривцов Е. А., Кузнецов Род. Р., Кузнецов Рус. Р., Кузовлева И. Ю., Кузьмичева Е. В., Лавриченко В. В., Лебедева В. А., Логинова О. А., Мазанова М. А., Макеев П. В., Малинин В. А., Малых Н. И., Неретин А. В., Нопин С. В., Обьедкова Л. П., Олейник А. А., Орехов Д. В., Перцев Р. С., Покатаев А. В., Полишкене Йолита, Полишкис Й. М., Полишкис М. М., Пупков А. А., Пурцеладзе В. В., Родин А. В., Сагайдак Ю. А., Сибгатулин Т. А., Синициным В. Б., Спирин В. И., Таможников Д. В., Тестоедов В. А., Ткачук В. А., Тубелис С. А., Уралов Д. Н., Уханова Т. В., Учайкина В. В., Ушакова Н. А., Филатова М. А., Фирова Т. П., Цуцкова А. С., Чернова М., Чупин М. В., Шагин Н. И., Шамардин А. А., Шевченко С. С., Якас</p>	<p>Современный футбол. Тенденции развития, методики спортивных тренировок, менеджмент и маркетинг: Материалы совместной конференции кафедры «Менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина» и кафедры «Теории и методики футбола» ФГБОУ ВО «РГУФКСМиТ» 21 апреля 2016 года</p>	<p>Москва: Научный консультант, 2016</p>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
	К. С., Яровов И. С.		
Л1.2	Алексеев С. В., Крашенинникова П. В.	Спортивный маркетинг. Правовое регулирование: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Маркетинг», «Юриспруденция» и «Физическая культура и спорт»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017
Л1.3	Степанова О.Н.	Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: монография	М.: Советский спорт, 2005
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Степанова О.Н	Маркетинг в физкультурно-спортивной деятельности: учебное пособие	М.: Советский спорт, 2008
Л2.2	Гуськов С.И	СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ: учебное пособие	Киев: Олимпийская литература, 1996
Л2.3	Алешин В.В	Менеджмент имаркетинг	Б. м., 1999
Л2.4	Исмаев Д.К.	Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации: Теория и практика деятельности туристских фирм.: Учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений	М.: "Академия", 2004
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Моисеева Н.К.	Маркетинг и турбизнес: учебник	М.: Советский спорт, 2009
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
6.3.1.1	ЭО moodle		
6.3.1.2	Project Expert		
6.3.1.3	Windows 10		
6.3.1.4	ESET Endpoint Antivirus		
6.3.1.5	chrome		
6.3.1.6	yandex		
6.3.1.7	opera		
6.3.1.8	Microsoft office 2007		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
6.3.2.1	официальный сайт Московского государственного университета экономики, информатики и статистики		
6.3.2.2	официальный сайт научной библиотеки Российского государственного гуманитарного университета		
6.3.2.3	официальный сайт научной библиотеки МГУ им. Ломоносова		
6.3.2.4	официальный сайт Государственной публичной научно-технической библиотеки		
6.3.2.5	официальный сайт Библиотеки Российской академии наук		
6.3.2.6	официальный сайт Государственной общественно-политической библиотеки		
6.3.2.7	официальный сайт Библиотеки Администрации Президента РФ		
6.3.2.8	официальный сайт Президентской библиотеки имени Б. Н. Ельцина. Тематический каталог		
6.3.2.9	официальный сайт Парламентской библиотеки		
6.3.2.10	официальный сайт Российской национальной библиотеки		
6.3.2.11	официальный сайт Российской государственной библиотеки		
6.3.2.12	Научная библиотека		
6.3.2.13	Научная электронная библиотека		
6.3.2.14	Глоссарий.Ru		
6.3.2.15	Электронно-библиотечная система		
6.3.2.16	электронная библиотека ЧГИФКИС		
6.3.2.17	доступ к образовательным ресурсам «Единое окно»		

6.3.2.18	справочник химика – доступ свободный
6.3.2.19	Международная электронная энциклопедия "Википедия"
6.3.2.20	EBSCO - универсальная база данных зарубежных полнотекстовых научных журналов по всем областям знаний
6.3.2.21	Поисковая система "Google"
6.3.2.22	Поисковая система "Яндекс"

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Виды работ	Оснащенность
Кабинет №212	Учебная лаборатория		Учебная аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа, для групповых консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации (доска,

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Виды работ	Оснащенность
Лаборатория №105.	Кабинет информатики		Мультимедийный зал отдела выдачи учебной литературы для самостоятельной работы с выходом сеть интернет. Оборудование: системный блок LED- 10 шт, Монитор АОС

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Студенту необходимо научиться работать на лекциях, на практических занятиях и организовывать самостоятельную внеаудиторную деятельность.

Методические рекомендации при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. В ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план- 13 конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Слушатель может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.

Методические рекомендации по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются семинарские и практические занятия. Семинарские занятия проводятся главным образом по общественным наукам и другим дисциплинам, требующим научно-теоретического обобщения литературных источников, и помогают слушателям глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над документами и первоисточниками. Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине. Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо прокомментировать основные вопросы плана семинара. Такой подход преподавателя помогает слушателям быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на второстепенном. Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, указать слушателям страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы они получили общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует рекомендовать им поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам. Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа: 1й – организационный; 2й - закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе слушатель планирует свою самостоятельную работу, которая включает: - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку слушателя к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на

лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы слушатель должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. В начале занятия слушатели под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы слушателей. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у слушателя, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Важно развивать у слушателей умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал. Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования у слушателей. Преподаватель может рекомендовать слушателям следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах. План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу). Ввиду трудоемкости подготовки к семинару преподавателю следует предложить слушателям алгоритм действий, рекомендовать еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление. На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. Групповая консультация проводится в следующих случаях:
- когда необходимо подробно рассмотреть практические вопросы, которые были недостаточно освещены или совсем не освещены в процессе лекции;
- с целью оказания помощи в самостоятельной работе;
- если слушатели самостоятельно изучают нормативный, справочный материал, инструкции, положения.

Методические рекомендации по работе на практических занятиях

Работа на практических занятиях предполагает активное участие в дискуссиях. Для подготовки к занятиям рекомендуется выделять в материале проблемные вопросы, затрагиваемые преподавателем в лекции, и группировать информацию вокруг них. Желательно выделять в используемой литературе постановки вопросов, на которые разными авторами могут быть даны различные ответы. На основании постановки таких вопросов следует собирать аргументы в пользу различных вариантов решения поставленных проблем.

В текстах авторов, таким образом, следует выделять следующие компоненты:

- постановка проблемы;
- варианты решения;
- аргументы в пользу тех или иных вариантов решения.

На основе выделения этих элементов проще составлять собственную аргументированную позицию по рассматриваемому вопросу.

При работе с терминами необходимо обращаться к словарям, в том числе доступным в Интернете, например на сайте <http://dic.academic.ru>.

Методические рекомендации по написанию контрольной работы

По пройденному лекционному материалу выполняется письменная работа по контролю остаточных знаний.

Методические рекомендации по подготовке к зачету

При подготовке к зачету необходимо опираться на лекции, а также на источники, которые разбирались на семинарах. Каждый билет на зачет содержит два вопроса