

**Продолжительность:** 72, 108 часов

**Дата начала:** в течение учебного года по мере набора группы

**Преподаватели:** ведущие преподаватели профильных кафедр СибГУФК

**Цель курса:** получение представления о маркетинге как о действенном процессе в профессиональной деятельности специалиста в области физической культуры и спорта по обслуживанию потребителей при производстве товаров и услуг. Дополнительная образовательная программа расширяет диапазон знаний по дисциплине «Экономика физической культуры и спорта».

**Категория слушателей:** лица, имеющие средне профессиональное и/или высшее образование

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

**Режим занятий:** 7-8 дней по 4-8 часов

**Требования к результатам обучения:**

В результате освоения программы слушатель должен

**Знать:**

- роль и значение маркетинга в профессиональной деятельности спортивных организаций и предприятий;
- эволюцию развития маркетинга и принципы организации маркетинговой деятельности предприятий;
- основные методы и методики сбора и анализа маркетинговой информации;
- правила и критерии сегментации потребительского рынка;
- структуру маркетингового комплекса на товарном рынке и рынке услуг;
- приемы, методики, технологии воздействия и влияния на управление спросом и предложением в сфере производства товаров и услуг;
- особенности реализации маркетингового комплекса на различных рынках.

**Уметь:**

- собирать и анализировать маркетинговую информацию;
- сегментировать рынок по различным критериям на основе маркетинговой информации;
- определять и корректировать цену на произведенный продукт;
- применять различные подходы к достижению качества обслуживания потребителей;
- разрабатывать рекламные сообщения для целевой аудитории.

**Владеть:**

- методами анализа поведения потребителей;
- методами анализа конкурентной среды организации;
- методами маркетинговых исследований;
- методами разработки, реализации и оценки маркетинговых мероприятий;
- средствами рекламной деятельности.

**Учебно-тематический план программы:**

В программу обучения включены следующие модули и темы:

№	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Семинары	Всего
1.	Современный комплекс маркетинга в спорте	6	2	8
2.	Маркетинговые продукты деятельности физкультурных и спортивных организаций	6	2	8
3.	Физическая культура и спорт, в структуре современного рынка. Понятие и функции рынка физкультурно-спортивных услуг	6	2	8
4.	Реклама, как двигатель спортивных мероприятий	6	4	10
5.	Маркетинг как способ создания имиджа профессионального спортсмена или клуба	8	2	10
6.	Спортивные бренды	8	2	10
7.	Маркетинговые исследования в профессиональном спорте	6	2	8
8.	Спонсорство, как элемент продвижения в профессиональном спорте	6	4	10

Освоение программы завершается итоговой аттестацией (зачет).