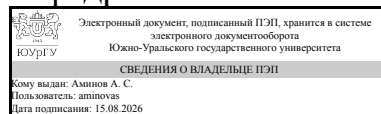


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



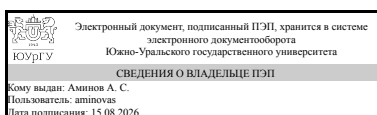
А. С. Аминов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.08.02 Маркетинг и продвижение услуг в спортивной индустрии
для направления 49.04.01 Физическая культура
уровень Магистратура
магистерская программа Стратегическое развитие и управление в спортивной индустрии
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Спортивное совершенствование

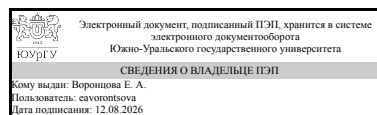
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 49.04.01 Физическая культура, утверждённым приказом Минобрнауки от 19.09.2017 № 944

Зав.кафедрой разработчика,
к.биол.н., доц.



А. С. Аминов

Разработчик программы,
старший преподаватель



Е. А. Воронцова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование компетенций в области маркетинга и продвижения услуг в спортивной индустрии, включая способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, а также способность управлять методическим, информационным обеспечением и маркетинговой деятельностью субъекта профессионального спорта, включая продвижение бренда и коммерциализацию. Задачи дисциплины: – изучить принципы проектного управления и модели жизненного цикла услуги применительно к выводу на рынок и продвижению спортивных услуг; – освоить метрики успешности проектов продвижения и методы их мониторинга; – сформировать умение проектировать процесс продвижения спортивной услуги от исследования рынка до оценки результативности; – овладеть особенностями маркетинга услуг в профессиональном спорте, методическим инструментарием управления качеством и программами лояльности; – развить навыки планирования мероприятий по коммерциализации дополнительных услуг и цифровых продуктов; – приобрести практический опыт создания проекта продвижения конкретной услуги и маркетингового плана субъекта профессионального спорта.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина охватывает теоретические и прикладные аспекты маркетинга услуг в спортивной индустрии. Рассматриваются принципы проектного управления, жизненный цикл спортивной услуги, методы маркетинговых исследований и сегментирования. Особое внимание уделяется комплексу маркетинга услуг (продукт, цена, распределение, продвижение), управлению качеством, цифровым коммуникациям и event-маркетингу. Изучаются стратегии брендинга, программы лояльности и модели коммерциализации в профессиональном спорте. В ходе практических занятий студенты разрабатывают дорожную карту проекта продвижения и готовят итоговый маркетинговый план, интегрируя методическое и информационное обеспечение.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает: принципы проектного управления применительно к выводу на рынок и продвижению спортивных услуг; модели жизненного цикла услуги и особенности управления проектами в сервисной среде спорта; метрики успешности проектов продвижения и методы их мониторинга. Умеет: проектировать процесс продвижения спортивной услуги от этапа исследования рынка до оценки результативности; формировать дорожную карту проекта, включая этапы тестирования, запуска и масштабирования; управлять стейкхолдерами и командой проекта продвижения. Имеет практический опыт: создания проекта

	продвижения конкретной спортивной услуги (например, фитнес-продукта, тренировочного лагеря, онлайн-сервиса), включающего календарный план, ресурсное обеспечение и систему оценки эффективности.
ПК-2 Способен управлять методическим, информационным обеспечением и маркетинговой деятельностью субъекта профессионального спорта, включая продвижение бренда и коммерциализацию	Знает: особенности маркетинга услуг в профессиональном спорте; методический инструментарий управления качеством и продвижением спортивных услуг; модели информационного обеспечения клиентского сервиса и программы лояльности как инструменты коммерциализации. Умеет: проектировать систему маркетинга спортивных услуг, основанную на анализе потребительского опыта; разрабатывать методические рекомендации по продвижению услуг и управлению брендом сервисной организации; планировать мероприятия по коммерциализации дополнительных услуг и цифровых продуктов. Имеет практический опыт: создания маркетингового плана продвижения конкретной услуги субъекта профессионального спорта

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Проектирование и организация спортивных событий, Аналитика больших данных в спортивном менеджменте, Кадровое и научное обеспечение физической культуры и спорта, Администрирование спортивными проектами	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Администрирование спортивными проектами	Знает: методы формирования методической базы и информационного обеспечения проектной деятельности в профессиональном спорте; принципы интеграции маркетинговых целей в систему управления проектами; механизмы коммерциализации результатов спортивных проектов., современные стандарты и методологии управления проектами; стадии жизненного цикла проекта и содержание процессов инициации, планирования, исполнения, контроля и закрытия применительно к проектам в спортивной индустрии; инструменты управления содержанием, сроками,

	стоимостью и командой проекта. Умеет: разрабатывать методические регламенты и информационные паспорта проектов; планировать маркетинговые активности как часть проектного управления, обеспечивая продвижение бренда организации; оценивать коммерческий потенциал проектных инициатив., разрабатывать устав проекта и план управления проектом в сфере спорта; идентифицировать риски и планировать меры реагирования; отслеживать исполнение и принимать корректирующие решения на основе показателей освоенного объёма. Имеет практический опыт: подготовки методического руководства и плана информационного сопровождения для конкретного проекта субъекта профессионального спорта с расчётом показателей коммерческой эффективности., разработки полноценного плана управления спортивным проектом с детализацией всех фаз жизненного цикла.
Проектирование и организация спортивных событий	Знает: теории командообразования и методы формирования эффективных проектных команд в event-индустрии спорта; модели распределения ролей и ответственности при подготовке спортивного события; принципы выработки командной стратегии с учётом специфики мероприятия., методические основы проектирования спортивных событий как маркетингового инструмента; подходы к информационному сопровождению и брендированию мероприятий; способы монетизации событийного контента и привлечения коммерческих партнёров., специфику проектного управления спортивными событиями на всех этапах – от концепции до завершения; отраслевые требования к организации соревнований и мероприятий (безопасность, маркетинг, логистика, работа с волонтерами); принципы бюджетирования и оценки эффективности спортивного события. Умеет: формировать команду спортивного события, ставить цели перед функциональными группами и координировать их взаимодействие; вырабатывать и корректировать командную стратегию в условиях ограниченного времени и ресурсов; разрешать конфликты и мотивировать участников на достижение общего результата., разрабатывать концепцию информационной и маркетинговой поддержки спортивного события, интегрированной в общий план управления брендом организации; планировать мероприятия по коммерциализации события; создавать методические рекомендации для служб, задействованных в продвижении., инициировать и планировать проект спортивного события,

	детализируя содержание работ по фазам жизненного цикла; управлять стейкхолдерами и ресурсами мероприятия; разрабатывать систему контроля ключевых показателей и оперативно реагировать на отклонения. Имеет практический опыт: разработки оргструктуры и матрицы ответственности для проекта спортивного события, проведения деловой игры по выработке командной стратегии и оперативному управлению взаимодействием служб мероприятия., подготовки маркетингового раздела проекта спортивного события, включающего стратегию продвижения бренда, медиаплан и финансовую модель коммерциализации., создания проекта спортивного события (концепция, календарный план, бюджет, матрица ответственности) и защиты его как целостной проектной документации, подтверждающей способность управлять проектом на всех этапах.
Кадровое и научное обеспечение физической культуры и спорта	Знает: модели проектного управления кадровыми процессами в спорте; принципы планирования научно-методического сопровождения, методы научного исследования кадровых процессов; методы оценки эффективности научной деятельности, принципы планирования научно-исследовательской работы в организации, критерии эффективности кадровой политики и научной деятельности; методы бенчмаркинга в спорте, состав заинтересованных сторон в сфере спортивной науки и кадров; механизмы обратной связи, технологии командообразования в физкультурно-спортивных организациях; методы оценки эффективности командного взаимодействия, методы методического сопровождения кадровых процессов; формы методической работы Умеет: разрабатывать проекты по повышению квалификации и переподготовке кадров; обосновывать эффективность кадровых проектов для спортивной организации, применять методы социологии и психологии для изучения кадровых проблем; анализировать наукометрические показатели, разрабатывать план мероприятий по повышению квалификации сотрудников; планировать бюджет на научное обеспечение, сравнивать эффективность разных моделей кадровой работы, выстраивать информационное взаимодействие между учёными, практиками и управленцами; организовывать обмен опытом между организациями, организовывать работу коллектива под конкретную научную или прикладную задачу; распределять задания с учётом компетенций участников, разрабатывать индивидуальные планы методической поддержки молодых специалистов Имеет практический

	опыт: проведения опроса или интервью среди сотрудников спортивной организации; подготовки аналитической записки по результатам кадрового исследования, формирования плана-графика аттестации кадров, расчета экономической эффективности от внедрения научных разработок; проведения аудита эффективности системы повышения квалификации, организации круглого стола или конференции с участием разных заинтересованных сторон; подготовки информационного письма и отчета о взаимодействии, руководства малыми группами при выполнении проектных заданий, подготовки методических рекомендаций по организации научно-методической работы
Аналитика больших данных в спортивном менеджменте	Знает: методы сбора, обработки и визуализации больших данных в спорте и спортивном менеджменте; основы предиктивной аналитики и дата-ориентированного подхода к выявлению скрытых закономерностей и проблем; этические и правовые аспекты работы с данными., источники и типы больших данных, используемых для информационного обеспечения маркетинга и бренд-менеджмента в спорте; методы аналитической обработки данных для сегментирования аудитории, оценки вовлечённости и прогнозирования потребительского поведения; показатели эффективности маркетинговой деятельности, извлекаемые из цифровых следов. Умеет: применять аналитический инструментарий для диагностики проблемных ситуаций в спортивной индустрии на основе массивов данных; переводить управленческую проблему в аналитическую задачу; интерпретировать результаты анализа данных для выработки обоснованной стратегии решений., формировать информационно-аналитическую основу для принятия маркетинговых решений, используя технологии работы с большими данными; оценивать результативность кампаний по продвижению бренда и коммерциализации на основе дата-ориентированных метрик; визуализировать аналитические выводы для обоснования маркетинговой стратегии. Имеет практический опыт: выполнения аналитического проекта с использованием реальных (или приближенных к реальным) наборов данных спортивной организации, оформления результатов в виде дашборда и аналитического отчёта с выводами и рекомендациями., выполнения аналитического кейса по обработке данных болельщиков/клиентов спортивной организации

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 14,25 ч.
контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	8	8
Лекции (Л)	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	93,75	93,75
Подготовка к практическим занятиям (анализ кейсов, выполнение домашних заданий)	35	35
Подготовка к контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации	10,75	10.75
Изучение теоретического материала (лекции, основные и дополнительные источники)	28	28
Проектная работа: разработка маркетингового плана и проекта продвижения услуги	20	20
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Теоретические основы маркетинга услуг в спортивной индустрии и управление проектами продвижения	2	0	2	0
2	Инструменты маркетингового комплекса и продвижение спортивных услуг	4	0	4	0
3	Брендинг, программы лояльности и коммерциализация в профессиональном спорте	2	0	2	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Проектный семинар: формулировка целей и задач проекта продвижения услуги. Построение дорожной карты проекта. Анализ кейсов: жизненный	1

		цикл спортивных услуг, расчёт и интерпретация метрик успешности.	
1	1	Исследование рынка спортивных услуг: разработка инструментария, сбор вторичных данных, SWOT-анализ. Практикум по сегментированию и позиционированию на примере конкретной услуги (фитнес-продукт, онлайн-сервис).	1
2	2	Разработка концепции спортивной услуги: описание продукта, ценовая стратегия, каналы сбыта. Управление качеством услуги: модели оценки, стандарты сервиса, работа с жалобами.	2
3	2	Планирование коммуникационной кампании: выбор инструментов продвижения, медиапланирование, бюджет. Практикум по цифровому маркетингу: создание контент-плана, настройка таргетинга, анализ эффективности рекламных активностей.	2
4	3	Коммерциализация: проектирование дополнительных услуг и цифровых продуктов (мерчандайзинг, мобильное приложение). Презентация и защита итогового маркетингового плана продвижения услуги.	1
4	3	Разработка бренд-стратегии: ценности, атрибуты, визуальная идентификация спортивной организации. Формирование программ лояльности для клиентов спортивного клуба/сервиса: механики, расчёт экономики.	1

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к практическим занятиям (анализ кейсов, выполнение домашних заданий)	[1] гл. 6-8, [3] разд. 4, материалы ЭБС	5	35
Подготовка к контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации	Конспекты лекций, [1]–[5], база тестовых заданий	5	10,75
Изучение теоретического материала (лекции, основные и дополнительные источники)	Основная литература [1] гл. 1-5, [2] гл. 2-4; дополнительная [4] гл. 3,6	5	28
Проектная работа: разработка маркетингового плана и проекта продвижения услуги	[2] гл. 9-11, [5] гл. 5, методические рекомендации по проектной работе	5	20

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитыва-
------	----------	--------------	-----------------------------------	-----	------------	---------------------------	----------

							ется в ПА
1	5	Текущий контроль	Тест по теоретическим основам (разделы 1-2)	20	20	20 закрытых вопросов по 1 баллу за правильный ответ.	зачет
2	5	Текущий контроль	Кейс «Анализ и сегментирование рынка спортивной услуги»	25	25	Оценка по критериям: глубина анализа (0-10), корректность сегментирования (0-10), обоснованность выводов (0-5)	зачет
3	5	Текущий контроль	Разработка дорожной карты и коммуникационной стратегии продвижения услуги	25	25	Оценка по критериям: логичность дорожной карты (0-10), выбор инструментов продвижения (0-10), ресурсное обоснование (0-5)	зачет
4	5	Текущий контроль	Защита итогового маркетингового плана продвижения услуги	30	30	Оценка по критериям: содержание плана (0-15), качество презентации (0-5), ответы на вопросы (0-5), оформление (0-5)	зачет
5	5	Промежуточная аттестация	Зачет	-	20	По 2 вопроса в билете. Каждый вопрос оценивается независимо по шкале от 0 до 10 баллов (максимально 20 баллов).	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (Положение о БРС утверждено приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179, в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г. № 25-13/09). Оценка за дисциплину формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...100 %. Незачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %. Если студент не согласен с оценкой, полученной по результатам текущего контроля, студент проходит мероприятие промежуточной аттестации в форме устного опроса. Студенту даются 2 вопроса из списка вопросов к зачету. Подготовка к ответу не более 15 минут. При ответе могут быть заданы уточняющие вопросы. На основании ответов задается дополнительный вопрос, обобщающий материал двух зачетных вопросов. В этом случае оценка за дисциплину рассчитывается на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. Фиксация результатов учебной деятельности по дисциплине проводится в день зачета при личном присутствии студента.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
УК-2	Знает: принципы проектного управления применительно к выводу на рынок и продвижению спортивных услуг; модели жизненного цикла услуги и особенности управления проектами в сервисной среде спорта; метрики успешности проектов продвижения и методы их мониторинга.	+				+
УК-2	Умеет: проектировать процесс продвижения спортивной услуги от этапа исследования рынка до оценки результативности; формировать дорожную карту проекта, включая этапы тестирования, запуска и масштабирования; управлять стейкхолдерами и командой проекта продвижения.			++		+
УК-2	Имеет практический опыт: создания проекта продвижения конкретной спортивной услуги (например, фитнес-продукта, тренировочного лагеря, онлайн-сервиса), включающего календарный план, ресурсное обеспечение и систему оценки эффективности.				+++	
ПК-2	Знает: особенности маркетинга услуг в профессиональном спорте; методический инструментарий управления качеством и продвижением спортивных услуг; модели информационного обеспечения клиентского сервиса и программы лояльности как инструменты коммерциализации.	++				+
ПК-2	Умеет: проектировать систему маркетинга спортивных услуг, основанную на анализе потребительского опыта; разрабатывать методические рекомендации по продвижению услуг и управлению брендом сервисной организации; планировать мероприятия по коммерциализации дополнительных услуг и цифровых продуктов.			++		+
ПК-2	Имеет практический опыт: создания маркетингового плана продвижения конкретной услуги субъекта профессионального спорта				++	

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Методические рекомендации по выполнению практических заданий и самостоятельной работы
2. Методические указания по выполнению проектной работы (маркетинговый план)

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Методические рекомендации по выполнению практических заданий и самостоятельной работы
2. Методические указания по выполнению проектной работы (маркетинговый план)

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Солнцев, И. В. Менеджмент и маркетинг в спорте : учебник / И. В. Солнцев, С. А. Джендубаева, С. Н. Жданкин ; под редакцией И. В. Солнцева. — Москва : Прометей, 2024. — 546 с. https://e.lanbook.com/book/445955
2	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Додонов, О. В. Менеджмент в спорте : учебно-методическое пособие / О. В. Додонов, И. П. Протасевич. — Минск : БГУФК, 2022. — 192 с. https://e.lanbook.com/book/338651
3	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Милич, М. К. Менеджмент и бизнес в спорте. От основ до глобальных тенденций : учебное пособие для вузов / М. К. Милич. — Санкт-Петербург : Лань, 2026. — 340 с. https://e.lanbook.com/book/522492
4	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Фуренко, А.А. Современные инструменты продвижения спортивных услуг в социальных медиа / А. А. Фуренко // Российские регионы: взгляд в будущее. — 2021. — № 3. — С. 90-101 https://e.lanbook.com/journal/issue/321935
5	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Григорьева, Е.А. ХАРАКТЕРИСТИКА, ЗАДАЧИ И ИНСТРУМЕНТЫ СОВРЕМЕННОГО СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА / Е. А. Григорьева, Е. А. Grigoreva // Ростовский научный вестник. — 2022. — № 5. — С. 104-106 https://e.lanbook.com/journal/issue/323087
6	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Восколович, Н.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ АКТИВНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ / Н. А. Восколович, В. С. Осипов, Н. В. Лужнова // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — 2022. — № 6. — С. 10-18 https://e.lanbook.com/journal/issue/324770
7	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Продвижение через спорт: сторителлинг в телеграм-каналах спортивной тематики / А. В. Прохоров, А. V. Prokhorov, С. А. Попов, S. A. Popov // Неофилология. — 2024. — № 1. — С. 177-185 https://e.lanbook.com/journal/issue/376864

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для
-------------	--------	--

		различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	303 (6)	Автоматизированное рабочее место: системный блок, монитор, клавиатура, мышь, колонки
Зачет	305 (ДС)	Парты, стулья
Практические занятия и семинары	302 (6)	Системный блок, монитор, клавиатура, мышь, колонки, микрофон, проектор, экран
Контроль самостоятельной работы	205 (ДС)	Автоматизированное рабочее место: системный блок, монитор, клавиатура, мышь, колонки, микрофон