**Продолжительность:**72, 108 часов

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

**Стоимость:**4 700 рублей

**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 разделадисциплины | 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).