

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 03.10.2023 16:17:11  
Уникальный программный ключ: «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2»

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**

**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС**

---

Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДЕНА

Директором СЗИУ РАНХиГС

Хлутковым А.Д.

**ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**  
**«Управление спортивной деятельностью**  
**и организация крупных спортивных мероприятий»**  
*(наименование образовательной программы)*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

**Б1.В.ДВ.04.01 Стратегии коммерциализации спорта**  
*(код и наименование дисциплины)*

**38.04.02 Менеджмент**  
*(код, наименование направления подготовки)*

Очная, заочная  
*(формы обучения)*

Год набора – 2023

Санкт-Петербург, 2022 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические материалы для освоения дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
  - 7.1. Основная литература
  - 7.2. Дополнительная литература
  - 7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
  - 7.4. Интернет-ресурсы
  - 7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

Д-р экон. наук, профессор

Морозова М.А.

**Заведующий кафедрой менеджмента**

д.э.н., профессор

Сергеев И.Б.

РПД (*Б1.В.ДВ.04.01 Стратегии коммерциализации спорта*) одобрена на заседании кафедры менеджмента. Протокол от 28.09.2022 г. № 9

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Стратегии коммерциализации спорта» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код этапа освоения компетенции</b>	<b>Наименование этапа освоения компетенции</b>
<b>УК-1</b>	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.2	Разработка и содержательная аргументация стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.
<b>ПКс-7</b>	Способен к руководству планированием, аналитической и методической деятельностью в области физической культуры и спорта (разработка и утверждение текущих и перспективных планов работы, определение целевых показателей деятельности)	ПКс-7.1	Способен составлять прогнозные и периодические оперативные планы выполнения работ по специализированным направлениям работы в области физической культуры и спорта
		ПКс-7.2	Способен принимать решения и подписывать локальные нормативные акты организации, необходимые для реализации прогнозных и текущих планов
<b>ПКс-8</b>	Способен к руководству комплексной деятельностью в области физической культуры и спорта, использовать эффективные подходы к управлению персоналом, задействованном в осуществлении комплексной деятельности и осуществлять руководство комплексной деятельности в индустрии спорта	ПКс-8.1	Способен разрабатывать комплексный план развития физкультурно-спортивной организации, осуществляющей комплексную деятельность в области физической культуры и спорта, в соответствии с установленным порядком

<b>ПКс-9</b>	Способен к стратегическому руководству и управления качеством при реализации организационного, ресурсного, методического, информационного, научного сопровождения развития проектов в индустрии спорта	ПКс-9.1	Способен организовать деятельность подчиненных работников по управлению качеством результатов реализации специализированного направления деятельности, проекта, включая сбор информации, ее обработку, расчет и анализ показателей качества, составление отчетности
		ПКс-9.2	Способен разрабатывать ключевые показатели достижения целей деятельности по организационному, ресурсному, методическому, информационному, научному сопровождению развития физической культуры и спорта
		ПКс-9.3	Способен контролировать выполнение планов, в том числе достижение планируемых значений ключевых показателей по реализации специализированного направления деятельности, проекта, программы в области развития физической культуры и спорта

**1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:**

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
	УК-1.2	<p><b>на уровне знаний:</b> Законодательство Российской Федерации в сфере физической культуры и спорта; Основы планирования, бюджетирования и порядок финансирования деятельности физкультурно-спортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности.</p> <p><b>на уровне умений:</b> Обосновывать мотивы принятых</p>

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
		<p>решений.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> Определение наиболее эффективных способов вовлечения и использования ресурсов и возможностей заинтересованных сторон.</p>
<p>G/03.7 Управление заинтересованными сторонами и обменом информацией при реализации организационного, ресурсного, методического, информационного, научного сопровождения развития физической культуры и спорта</p>	<p>ПКс-7.1 ПКс-7.2</p>	<p><b>на уровне знаний:</b> Нормативные документы, устанавливающие требования к организации спортивной подготовки в физкультурно-спортивных организациях соответствующего вида; Порядок составления и согласования планов специализированного направления деятельности, проектов, программ</p> <p><b>на уровне умений:</b> Оформлять документы или контролировать правильность их оформления в соответствии с образцом.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> Проведение рабочих встреч, совещаний, связанных с организацией взаимодействия с заинтересованными сторонами.</p>
<p>G/02.7 Управление персоналом, задействованным в организационном, ресурсном, методическом, информационном, научном сопровождении развития физической культуры и спорта</p>	<p>ПКс-8.1</p>	<p><b>на уровне знаний:</b> Требования к оформлению, реквизитам, порядку разработки и утверждения локальных нормативных актов; Основы экономики, организации труда и управления; Методы календарного и сетевого планирования; Методы убеждения, аргументации своей позиции; Порядок составления установленной отчетности; Порядок заключения и исполнения договоров.</p> <p><b>на уровне умений:</b> Планировать, координировать и контролировать работу подчиненных работников; Организовывать взаимодействие и информационный обмен с физическими лицами и организациями, составляющими окружение проекта; Определять возможности по привлечению заинтересованных сторон (физических лиц и организаций, в том числе органов власти) для реализации проекта.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> Определение работников, участников команды проекта, ответственных за предоставление информации для заинтересованных сторон; Личное общение с физическими лицами - представителями заинтересованных сторон; Разрешение конфликтных ситуаций при взаимодействии с физическими лицами - представителями заинтересованных сторон</p>
<p>G/05.7 Управление качеством реализации</p>	<p>ПКс-9.1 ПКс-9.2</p>	<p><b>на уровне знаний:</b> Нормативные документы в области регулирования финансов, бухгалтерского учета и отчетности, вышестоящей организации, собственника</p>

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p>организационного, ресурсного, методического, информационного, научного сопровождения развития физической культуры и спорта</p>	<p>ПКс-9.3</p>	<p>по организации плановой работы в физкультурно-спортивной организации соответствующей организационно-правовой формы и формы собственности.</p>
		<p><b>на уровне умений:</b> Использовать информационно-коммуникационные технологии, в том числе текстовые редакторы, электронные таблицы, электронную почту, браузеры, специализированное программное обеспечение управления проектами.</p>
		<p><b>на уровне навыков:</b> Определение заинтересованных сторон (физических лиц и организаций, в том числе органов власти), с которыми взаимодействие целесообразно реализации конкретного направления деятельности, проекта или программы в области развития физической культуры и спорта; Выявление мотивов и информационных потребностей заинтересованных сторон; Определение форм подачи информации для заинтересованных сторон (публичные отчеты, декларации, пресс-релизы и тому подобное).</p>

## 2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академ. часов

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) Очно/ заочно
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108/108</b>
<b>Контактная работа</b>	<b>56/10</b>
Лекции	16/2
Практические занятия	38/6
Лабораторные занятия	-
Консультация	2/2
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>16/89</b>
Контроль	36/9
Формы текущего контроля	Тестирование, эссе
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>

### Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «Стратегии коммерциализации спорта» относится к блоку дисциплин по выбору студента вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 38.04.02 Менеджмент профиль «Управление спортивной деятельностью и организация крупных спортивных мероприятий».

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.04.01 «Стратегии коммерциализации спорта» является формирование комплексных знаний и навыков в области коммерциализации спорта – это процесс вовлечения предпринимательской деятельности в сферу спорта и использования спорта для получения прибыли. Влияние рыночных механизмов на деятельность в спорте, связанное с его коммерциализацией. Спортивные организации всех уровней начинают принимать участие в различного рода маркетинговых исследованиях, чтобы, во-первых, успеть за происходящим на спортивном рынке, а во-вторых, подготовиться к неизбежным изменениям в деятельности.

Освоение дисциплины опирается на ранее изученные дисциплины: Б1.О.03 «Стратегический менеджмент и стратегический анализ», Б1.О.02 «Теория организации и организационное поведение», Б1.О.01 «Современный менеджмент». Дисциплина является основой для прохождения практик по профилю профессиональной деятельности и преддипломной практики.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.



Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 4 семестре 2 курса, для студентов заочной формы обучения – на 2 и 3 курсе.

По дисциплине осуществляется текущий контроль в виде тестирования и написания эссе.

Формой промежуточной аттестации является экзамен.

### 3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

#### 3.1 Структура дисциплины (без применения ЭК),

##### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР		
			Л/ДО Т	ЛР /ДОТ	ПЗ /ДОТ			КСР *
Тема 1	Макро- и микроэкономические факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров и услуг	18	4		10		4	Т, Э
Тема 2	Стратегический анализ внешней и внутренней среды	18	4		10		4	Т, Э
Тема 3	Стратегический выбор. Разработка маркетинговой стратегии	18	4		10		4	Т, Э
Тема 4	Стратегическое развитие спортивной организации как предпринимательской структуры	16	4		8		4	Т, Э
Промежуточная аттестация		<b>36</b>	<b>Консультация – 2</b>					<b>Экзамен</b>
<b>Всего (акад/астр)</b>		<b>108/81</b>	<b>16/12</b>		<b>38/28, 5</b>		<b>2/1,5</b>	<b>16/12</b>

Примечание: \* КСР в объем не входит

\*\*Т – тестирование, Э – эссе.

##### Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, час.			Форма текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем		

			по видам учебных занятий					**, промежуточной аттестации
			Л/ДО Т	ЛР/ ДОТ	ПЗ /ДОТ	КСР *		
Тема 1	Макро- и микроэкономические факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров и услуг	25	1		1		23	Т, Э
Тема 2	Стратегический анализ внешней и внутренней среды	24	1		1		22	Т, Э
Тема 3	Стратегический выбор. Разработка маркетинговой стратегии	24	-		2		22	Т, Э
Тема 4	Стратегическое развитие спортивной организации как предпринимательской структуры	24	-		2		22	Т, Э
Промежуточная аттестация		<b>9</b>	<b>Консультация – 2</b>					<b>Экзамен</b>
<b>Всего (акад/астр)</b>		<b>108/81</b>	<b>2/1,5</b>		<b>6/4,5</b>	<b>2/1,5</b>	<b>89/66,75</b>	

Примечание: \* КСР в объем не входит

\* Т – тестирование, Э – эссе.

### 3.2 Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Макро- и микроэкономические факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров и услуг**

Классификация и общая характеристика факторов, влияющих на конкурентоспособность товаров и услуг. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров. Ключевая роль микроэкономических факторов в обеспечении конкурентоспособности отдельного товаропроизводителя.

Цели, задачи, принципы оценки конкурентоспособности услуг. Критерии оценки конкурентоспособности услуг. Методология оценки конкурентоспособности услуг, предоставляемой розничной торговлей. Понятие о системе обеспечения конкурентоспособности (СОК). Роль государства в обеспечении конкурентоспособности товаров. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг в рыночных условиях.

#### **Тема 2. Стратегический анализ внешней и внутренней среды**

Цели, задачи, направления и этапы стратегического анализа внешней и внутренней среды спортивной организации. Стратегический анализ макросреды и окружения. Факторы внешней среды: социально-демографический, технологический, экономический, экологический, политический, правовой и этнические. Динамика и неопределенность

факторов, и их влияние на деятельность организации. Инструменты анализа. Концепции маркетинга, ориентированные на создание ценности. Цепочки и сети ценностей: ценности, создаваемые компанией и ее партнерами. Модель Портера: анализ издержек и ценности. Сильные и слабые стороны компании. SNW-анализ. Методика SWOT-анализа. GAP-анализ.

### **Тема 3. Стратегический выбор. Разработка маркетинговой стратегии**

Стратегический выбор: набор альтернатив, критерии оценки и выбора. Матрица Ансоффа. Принципы и методические основы формирования стратегии. Согласование и взаимосвязь стратегий корпоративного уровня со стратегиями уровня бизнес-единиц и маркетинговыми стратегиями.

### **Тема 4. Стратегическое развитие спортивной организации как предпринимательской структуры**

Возможности реализации предпринимательских инициатив различными субъектами спорта. Оценка факторов и рисков развития спортивных организаций как предпринимательских структур. Виды возможных доходов спортивной организации. Аренда спортивных площадей. Спортивные мероприятия. Мастер-классы, индивидуальные тренировки, продажа сувенирной продукции, рекламные контракты. Жизненный цикл спортивной организации. Риски предпринимательской деятельности на различных этапах жизненного цикла спортивной организации. Методические основы оценки и обеспечения конкурентных позиций спортивной организации.

## **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

**4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.04.01 «Стратегии коммерциализации спорта» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

При проведении занятий лекционного типа: лекция - презентация.

при проведении занятий семинарского типа: тестирование, эссе.

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: работа с учебной литературой, методическими пособиями и другими источниками информации в процессе подготовки к аудиторным занятиям и промежуточной аттестации по дисциплине.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

<b>Тема и/или раздел</b>	<b>Методы текущего контроля успеваемости</b>
Макро- и микроэкономические факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров и услуг	Т, Э
Стратегический анализ внешней и внутренней среды	Т, Э
Стратегический выбор. Разработка маркетинговой стратегии	Т, Э

Стратегическое развитие спортивной организации как предпринимательской структуры	Т, Э
--	------

\* \*Т – тестирование, Э – эссе

*В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.*

#### 4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

##### Типовые оценочные материалы по темам №1-4

***Выберите один правильный ответ. Составьте список ответов на вопросы теста, выполняя задания, сформулированные в каждом вопросе теста.***

##### Примерное тестирование №1

1. Под поведением потребителей понимают
  - 1) действия и решения потребителей, связанные с приобретением, потреблением и распоряжением товарами и услугами
  - 2) деятельность потребителей, направленную непосредственно на приобретение требуемых товаров и услуг
  - 3) принятие потребителями решений, связанных с приобретением товаров и услуг
  - 4) распространение потребителями отзывов и мнений о компании и ее предложении
  
2. Основная цель исследований потребительского поведения заключается в том, чтобы
  - 1) выяснить, каковы потребности потребителей
  - 2) понять и предсказать поведение потребителей
  - 3) найти механизмы влияния на выбор потребителей
  - 4) понять, почему они покупают товары конкурентов
  
3. Компания реализует спортивную экипировку, в своей деятельности придерживается концепции интенсификации коммерческих усилий. В качестве основной формы сбыта коммуникации с потребителями использует личные продажи. Несмотря на выполнение агентами планов по продажам, многие клиенты впоследствии пытаются вернуть товар и расторгнуть договор о покупке, что негативно сказывается на имидже компании. В данной ситуации нарушены следующие принципы работы с потребителями
  - 1) власть потребителя безмерна
  - 2) потребитель независим в своем выборе
  - 3) поведение потребителя подвержено влиянию
  - 4) влияя на поведение потребителя, следует соблюдать социальную этику и законность
  
4. Количественные исследования в сфере потребительского поведения
  - 1) проводятся на малых выборках
  - 2) стремятся к глубокому пониманию мотивов, отношений и поведения потребителей
  - 3) информация собирается в большой выборке, выявляются взаимосвязи и общие закономерности

4)используется статистический анализ, дающий возможность оценки состояния какого-либо объекта в численных значениях

5. При проведении качественных исследований в сфере потребительского поведения используются методы

- 1)проекционные тесты, фокус – группы, глубинное интервью
- 2)анкетирование, опросы, наблюдение
- 3)статистический анализ
- 4)математическое моделирование

6. Каждому из основных этапов развития науки о поведении потребителей соответствуют следующее содержание

- 1)1800–ые годы - вторая мировая война
- 2)послевоенная эпоха
- 3)вторжение Фрейда (1960–ые годы)
- 4)1970-ые – 2000-ые годы

А)исследование мотивации, выявление скрытых побуждений, формирование модели принятия решения о покупке

В)изучение процессов восприятия информации и обучения, влияния группы и личности, поиск способов формирования приверженности к торговой марке

С)появление нового направления в психологии – бихевиоризма, теория о влиянии повторения рекламы на отклик

Д)совершенствование методологии воздействия на поведение потребителя

7.Согласно дифференциации маркетинга по типу покупателя, потребительский маркетинг ориентирован на

- 1)организованных покупателей, закупающих товары для производственных нужд
- 2)организованных покупателей, закупающих товары, как для производственных нужд, так и для перепродажи
- 3)конечных потребителей, приобретающих товары народного потребления
- 4)конечных потребителей, приобретающих продукцию производственно-технического назначения

8. По характеру принятия решений о покупке определяют типы покупателей

- 1)потребитель, посредник, поставщик
- 2)плательщик, лизингодатель, покупатель
- 3)покупатель товаров личного потребления, покупатель товаров промышленного назначения
- 4)индивидуальный и коллективный покупатель

9. Для поведения потребителей на деловых рынках характерным является

- 1)принятие рациональных, коллективных решений
- 2)совершение выбора на основе личных субъективных предпочтений

- 3) деятельность в целях удовлетворения индивидуальных потребностей
- 4) положительная оценка покупки как результат общественного одобрения

10. На вопрос «Если бы вы планировали приобрести бытовую технику, какими тремя основными критериями вы бы руководствовались при выборе марки?» Ответы респондентов распределились следующим образом: соотношение цены и качества - 40%, функциональные характеристики – 31%, качество сборки – 27%, цена – 17%. В соответствии с этими данными, руководству торговой сети следует выделять приоритетный бюджет на

- 1) предложение дополнительных услуг
- 2) обучение продавцов прямым продажам в торговом зале
- 3) организацию конкурсов и лотерей среди покупателей
- 4) рекламу в СМИ

11. Концепция пожизненной ценности клиента представляет собой

- 1) расчет приведенной стоимости потока будущих прибылей, возможных от сотрудничества с данным клиентом
- 2) использование информации о клиентах для эффективного обслуживания в реальном времени
- 3) разработку программ по формированию лояльности потребителей
- 4) увеличение бюджета на привлечение все новых потребителей

12. 15% клиентов Вашей компании относятся к типу «амбассадор». Ваши действия

- 1) стремиться уменьшить процент клиентов, относящихся к типу
- 2) стремиться увеличить процент клиентов, относящихся к типу
- 3) стремиться сохранить процент клиентов, относящихся к типу, на данном уровне
- 4) данный показатель не влияет на бизнес компании и носит иллюстративный характер

13. К новым маркетинговым технологиям по работе с потребителями относят

- 1) брендинг
- 2) электронный маркетинг
- 3) кастомизацию
- 4) стимулирование покупок через инновации и массовые коммуникации

14. Повышение важности для компании работы с потребителями обусловлено

- 1) изменением в мотивации и поведении потребителей
- 2) превышением производства над потреблением
- 3) усилением рыночной власти посредников
- 4) появлением новых каналов коммуникаций

15. При распределении маркетинговых инвестиций в зависимости от прибыльности покупателей для компании, в расчете на один контакт наибольшие средства приходятся на \_\_\_\_\_ покупателей

- 1) «платиновых»

- 2)«бронзовых»
- 3)«деревянных»
- 4)«золотых»

### Примерное тестирование №2

16. Модель покупательского поведения, представляющая влияние различных факторов на решение и действия покупателя, включает

- 1)ресурсы и внутренние характеристики покупателя
- 2)маркетинговые стимулы организации
- 3)сегментирование рынка
- 4)внешние факторы, формирующие поведение

17. Базовая модель покупательского поведения основывается на последовательности

- 1)стимул-восприятие
- 2)реакция-стимул
- 3)стимул-реакция
- 4)потребность-покупка

18. Согласно модели «черного ящика», которая используется для исследований покупательского поведения, сам ящик, преобразующий стимулы в реакции, представляет собой

- 1)маркетинговые стимулы
- 2)прочие внешние факторы
- 3)сознание потребителя
- 4)реакции потребителя

19. Процесс принятия решения о покупке начинается с этапа

- 1)оценки вариантов
- 2)осознания потребности
- 3)поиска информации
- 4)реакции на покупку

20. Предпочтение потребителя о конкретной марке формируется в процессе принятия решения о покупке на этапе

- 1)поиска информации
- 2)оценки вариантов
- 3)покупки
- 4)потребления

21. Когнитивный диссонанс потребителя будет более выражен в случае принятия решения о приобретении товара из категории

- 1)бытовой техники

- 2)бытовой химии
- 3)продуктов питания
- 4)услуг в сфере досуга

22. Большую возможность для маркетинговых воздействий на выбор потребителя компания получает при \_\_\_\_\_ решении проблемы

- 1)ограниченном
- 2)среднедлительном
- 3)расширенном
- 4)привычном

23.Заинтересованность (вовлеченность) потребителя в принятие решения о покупке представляет собой

- 1)постпокупочное сожаление, сомнение потребителя в правильности сделанного выбора
- 2)воспринимаемую индивидом уместность / важность товара в конкретной ситуации
- 3)желание приобрести товар, вызванное его видом или мероприятиями в месте продажи
- 4)стойкое потребительское предпочтение, результат ощущаемого удовлетворения

24. Потребитель, приобретая упаковку зубной пасты, решает: «Куплю тоже, что и в прошлый раз». В данной ситуации имеет место

- 1)повторное решение проблемы
- 2)покупка по инерции
- 3)покупка вследствие лояльности
- 4)поиск разнообразия

25. Импульсивные покупки - наименее сложная форма покупательского решения, имеющая отличительные признаки

- 1)спонтанность
- 2)нерациональность, преобладание эмоций
- 3)активный и длительный поиск информации
- 4)детальная оценка вариантов

### **Краткие методические указания**

Тестирование сдается при изучении соответствующих тем в рамках плана дисциплины с целью выявления остаточных знаний с учетом самостоятельной подготовки магистрантов

### **Критерии оценки**

<b>Оценка*</b>	<b>Описание</b>
5	студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.



4	если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой.
3	знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы.
2	незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

\* Могут быть изменены при условии сохранения пропорций

### Критерии оценки

Оценка*	Описание
5	студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.
4	если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой.
3	знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы.
2	незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

\* Могут быть изменены при условии сохранения пропорций

### Примерные темы эссе

*Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы и предложите использование.*

1. Анализ спортивной индустрии в Российской Федерации и мире
2. Институциональные проблемы спортивной индустрии
3. Отечественный опыт реализации стратегического менеджмента спортивных организаций
4. Анализ реализации стратегии развития спортивной организации

### Критерии оценки

Оценка*	Описание
5	полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.
4	полученные результаты преимущественно соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

3	полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.
---	--

## 5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

### 5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Промежуточный контроль по дисциплине Б1.В.ДВ.04.01 «Стратегии коммерциализации спорта» - экзамен в форме ответа на вопросы и решение ситуационной задачи.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

### 5.2 Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Ключевой/промежуточный индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-1.2: Способен выработать стратегию действий, направленную на устранение рисков возникновения проблемных ситуаций	Вырабатывает стратегию действий, направленную на устранение рисков возникновения проблемных ситуаций	Грамотно, логично, аргументированно формирует стратегию действий. Применяет системный подход при оценке рисков и шагов по их устранению.
ПКс-7.1 Способен составлять прогнозные и периодические оперативные планы выполнения работ по специализированным направлениям работы в области физической культуры и спорта	Составляет прогнозные и периодические оперативные планы выполнения работ по специализированным направлениям работы в области физической культуры и спорта.	Умеет оценивать факторы и риски развития спортивных организаций как предпринимательских структур при составлении периодических оперативных планов. Учитывает риски предпринимательской деятельности на различных этапах жизненного цикла спортивной организации. Применяет методические основы оценки и обеспечения конкурентных позиций спортивной организации
ПКс-7.2 Способен принимать решения и подписывать локальные нормативные акты организации, необходимые для реализации	Принимает решения и подписывает локальные нормативные акты организации, необходимые для реализации прогнозных и текущих планов	Учитывает основные современные концепции и принципы выработки управленческого решения; статистические и количественные методы решения организационно – управленческих задач; методологические подходы к оценке эффективности управленческих решений и риски предпринимательской

<p>прогнозных и текущих планов</p>		<p>деятельности при реализации прогнозных и текущих планов и подписании локальных нормативных актов.</p>
<p>ПКс-8.1 Способен разрабатывать комплексный план развития физкультурно-спортивной организации, осуществляющей комплексную деятельность в области физической культуры и спорта, в соответствии с установленным порядком</p>	<p>Разрабатывает комплексный план развития физкультурно-спортивной организации, осуществляющей комплексную деятельность в области физической культуры и спорта, в соответствии с установленным порядком</p>	<p>Умеет оценивать факторы и риски развития спортивных организаций как предпринимательских структур при составлении комплексных планов развития. Грамотно оценивает экономическую эффективность решений</p>
<p>ПКс-9.1 Способен организовать деятельность подчиненных работников по управлению качеством результатов реализации специализированного направления деятельности, проекта, включая сбор информации, ее обработку, расчет и анализ показателей качества, составление отчетности</p>	<p>Организует деятельность подчиненных работников по управлению качеством результатов реализации специализированного направления деятельности, проекта, включая сбор информации, ее обработку, расчет и анализ показателей качества, составление отчетности</p>	<p>Знает организационное, ресурсное, методическое, информационное, научное сопровождение физической культуры и спорта. Организует деятельность подчиненных работников с использованием современных методов управления персоналом.</p>
<p>ПКс-9.2 Способен разрабатывать ключевые показатели достижения целей деятельности по организационному, ресурсному, методическому, информационному, научному</p>	<p>Разрабатывает ключевые показатели достижения целей деятельности по организационному, ресурсному, методическому, информационному, научному сопровождению развития физической культуры и спорта</p>	<p>Учитывает факторы и риски при разработке ключевых показателей целей деятельности. Понимает организационное, ресурсное, методическое, информационное, научное сопровождение физической культуры и спорта. Умеет определить затраты по организационному, ресурсному, методическому, информационному, научному</p>

сопровождению развития физической культуры и спорта		сопровождению физической культуры и спорта.
ПКс-9.3 Способен контролировать выполнение планов, в том числе достижение планируемых значений ключевых показателей по реализации специализированного направления деятельности, проекта, программы в области развития физической культуры и спорта	Контролирует выполнения планов, в том числе достижения планируемых значений ключевых показателей по реализации специализированного направления деятельности, проекта, программы в области развития физической культуры и спорта.	Понимает принципы и методы планирования ключевых показателей по реализации проекта или программы. Грамотно применяет теоретические знания и методы при осуществлении контроля выполнения планов.

### Примерные вопросы для подготовки к экзамену

*Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):*

1. «Стратегия развития спортивной индустрии до 2035 года» (Распоряжение Правительства РФ от 3 июня 2019 № 1188-р).
2. Государственная поддержка производителей
3. Национальная стандартизация в области спортивной индустрии
4. Состояние научно-технической и производственной баз спортивной индустрии
5. Факторы, влияющие на развитие спортивной индустрии
6. Анализ текущего состояния спортивной индустрии по производству спортивной продукции
7. Активное развитие механизмов государственной поддержки инновационного развития промышленности
8. Влияние профессионального спортивного сообщества на формирование параметров спроса, способствующего обеспечению квалифицированного и информированного выбора спортивной продукции со стороны конечных потребителей
9. Популяризация здорового образа жизни, занятий физической культурой и спортом
10. Обеспечение подготовки к сдаче норм Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса "Готов к труду и обороне" (ГТО)
11. Институциональные проблемы спортивной индустрии
12. Перспективный рост рынка спортивной продукции для массового спорта в связи с тенденциями развития спортивной инфраструктуры и стремлением населения Российской Федерации к здоровому образу жизни
13. Проблемы нормативной базы, стандартизации и институционального характера

14. Нехватка и устаревание действующих национальных стандартов на спортивную продукцию и технологии

15. Недостаточность отраслевой системы статистического наблюдения

### **Примерные ситуационные задачи**

*Проанализируйте информацию, определите, установите и укажите свое отношение к затронутой теме, сформулируйте ответы на вопросы.*

#### **Ситуационное задание 1. Построение матрицы «продукт – решение о покупке».**

Постройте матрицу «продукт – решение о покупке»:

- горизонтальная ось - использование продукта (личное / производственное);
- вертикальная ось - решение о покупке (индивидуальное / коллективное)

Расположите нижеперечисленные товары (услуги) на матрице «продукт – решение о покупке» в соответствии с тем, в каких целях используется товар (для личного потребления или в производственно-коммерческих целях) и сколько лиц участвует в принятии решения о покупке. Есть ли товары (услуги), чье положение на матрице определяется неоднозначно?

Поясните свой ответ.

Примеры для выполнения задания: услуги туристической фирмы (летний отдых), услуги авиакомпании (деловая поездка) и т.п.

#### **Ситуационное задание 2. Выявление особенностей принятия решение о покупке различными типами потребителей.**

Два покупателя – студент и снабженец полиграфического предприятия приобретают компьютер и принтер. Первый приобретает технику для себя, второй – для предприятия, на котором она используется для дизайнерских работ.

Проанализируйте возможные отличия в поведении покупателя-студента и покупателя-снабженца, ответив на следующие вопросы:

1. В силу каких причин может возникнуть потребность в данном товаре у обоих?
2. Какие источники информации, необходимые для правильного выбора товара, будут использовать эти покупатели?
3. Какими критериями, скорее всего, будут руководствоваться данные покупатели при выборе модели товара и при выборе поставщика (магазина)?
4. Как вы считаете, у кого из покупателей выбор может оказаться больше?
5. Какие факторы могут оказать влияние на каждого конкретного покупателя в процессе принятия им решения о покупке?
6. Кто может оказать влияние на их выбор и окончательное решение?
7. В чем будет заключаться риск от принятого решения для обоих?

#### **Ситуационное задание 3. Разработка стратегий влияния для особых типов покупательского поведения**

Изучите характеристики особых типов покупательского поведения (импульсивные покупки, поиск разнообразия).

На примере конкретных товаров / услуг, сформулируйте стратегии влияния для каждого типа покупательского поведения. Разработайте рекомендации по основным элементам комплекса маркетинга.

Результаты оформите в виде таблицы 1.

Таблица 1- Стратегии влияния для особых типов покупательского поведения

Тип покупательского поведения	Категория товара/услуги	Стратегия влияния	Рекомендации в отношении комплекса маркетинга

#### Ситуационное задание 4. Анализ маркетингового стимула с точки зрения процесса обработки информации потребителем

В качестве маркетингового стимула выберите образец печатной рекламы (товара / услуги / компании по выбору). Проведите анализ данного маркетингового стимула с учетом знаний о последовательности процесса обработки информации потребителями и принципах организации стимулов (таблица 6).

Поясните полученные результаты. Насколько успешно проходит стимул каждую из стадий процесса обработки информации? Какие характеристики стимула способствуют / препятствуют этому?

Таблица 6- Анализ маркетингового стимула с точки зрения последовательности процесса обработки информации

Стадия процесса обработки информации	Детерминанты стимула

#### Краткие методические указания

Результаты выполнения задания по дисциплине должны оформляться в соответствии со стандартными требованиями вуза в отношении оформления этого вида работ. При оценке проекта учитывается степень самостоятельности студента в его подготовке, индивидуальное творчество и оригинальность при разработке избранной темы, уровень защиты выполненного исследования, а также рецензии других студентов на выполненную работу.

**Критерии оценки** ситуационных и расчетных заданий, выполняемых на практическом занятии:

	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы

Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений
Оценка	0-2	3	4	5

### Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

**Оценка «отлично»** выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- глубокое и системное знание всего программного материала учебного курса, изложил ответ последовательно и убедительно;
- отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей дисциплины;
- умение правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач;
- умение самостоятельно выполнять предусмотренные программой задания;
- навык обоснования принятого решения.

**Оценки «хорошо»** выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса;
- умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом умение преимущественно правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- умение выполнять предусмотренные программой задания;
- в целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

**Оценки «удовлетворительно»** выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;
- затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины;
- затруднения с применением теоретических положений при решении практических вопросов и задач.

**Оценка «неудовлетворительно»** выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- незнание либо отрывочное представление учебно-программного материала;
- неумение использовать научно-понятийный аппарат и терминологию учебной дисциплины;
- неумение применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- неумение выполнять предусмотренные программой задания.

## **6. Методические материалы по освоению дисциплины**

Экзамен по дисциплине Б1.В.ДВ.04.01 «Стратегии коммерциализации спорта» проводится в строгом соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС, в устной и письменной формах.

К промежуточной аттестации допускаются магистранты выполнившие необходимые требования ОП ВО по дисциплине «Стратегии коммерциализации спорта» по итогам текущего контроля успеваемости в течение семестра.

Высокий уровень успеваемости, выявленный по итогам текущего контроля в семестре, может являться основанием для освобождения магистранта от сдачи экзамена/зачета (при его согласии). Высокой является успеваемость только на «отлично», или на «хорошо» и «отлично» в течение семестра.

Объектами оценивания выступают:

учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

степень усвоения теоретических знаний;

уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям на практических занятиях.



Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамены организуются в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой. Оценка за экзамен проставляется в экзаменационной ведомости и зачетных книжках студентов, при этом оценки «неудовлетворительно» в зачетную книжку студентов не проставляются.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.04.01 «Стратегии коммерциализации спорта» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов. Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

***Подготовка к лекции заключается в следующем:***

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

***Подготовка к практическим занятиям:***

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по практическим занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

### ***Подготовка к экзамену***

В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов и заданий к экзамену.

После этого должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Подготовка к тестированию заключается в систематическом изучении программного материала, заучивании основных понятий и терминов по предложенным темам. Ответ в тестах необходимо обозначить в качестве выбранного варианта ответа на поставленный вопрос. Количество «правильных» ответов может быть различным.

### ***Методические рекомендации по подготовке эссе***

Эссе – это вид письменной аналитической работы небольшого объема (до 5 страниц) и свободной композиции, выражающий индивидуальную позицию по конкретному вопросу или теме. Целью написания эссе является закрепление теоретических знаний и практических навыков обучающихся, развитие их способностей к ведению полемики и аргументации выводов и заключений. При написании эссе следует:

- последовательно проанализировать проблему, затронутую в тексте (цитате);
- структурировать информацию;
- выделить причинно-следственные связи;
- четко и грамотно сформулировать собственную позицию;
- использовать основные термины и понятия;
- обосновать заключения соответствующими примерами и данными;
- обобщить изложенные тезисы в итоговой части работы.

Текст эссе представляется преподавателю и является основой для дальнейшего обсуждения.

### ***Рекомендации по подготовке к тестированию***

Тестирование является формами контроля успеваемости обучающихся, оценки уровня овладения теоретическими знаниями и навыками применения этих знаний при решении практических задач. Подготовка к тестированию предполагает:

- ознакомление с материалами лекций;
- изучение учебной литературы, справочных и научных источников;
- уточнение терминов, основных понятий и категорий;
- самостоятельный подбор информации, необходимой для аргументации авторской позиции.

Все вопросы и задания тестов ориентированы на систематизацию знаний обучающихся, развитие способностей к самостоятельной аналитической деятельности.

Результаты контрольных работ и тестов признаются положительными, если 75% ответов являются правильными.

## **7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **7.1 Основная литература**

1. Бизнес-план предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ О.Г. Каратаева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 74 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86503.html>
2. Изаак С.И. Стратегия развития спортивной отрасли [Электронный ресурс]: монография/ Изаак С.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Издательство «Спорт», 2018.— 168 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/88468.html>
3. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469221>
4. Ронда Абрамс Бизнес-план на 100%: стратегия и тактика эффективного бизнеса [Электронный ресурс]/ Ронда Абрамс— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2019.— 496 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86727.html>
5. Финансирование и коммерциализация инноваций: учебник для магистров / В. Н. Щербаков, А. В. Дубровский, Ю. В. Мишин [и др.] ; под редакцией В. Н. Щербакова. — Москва : Дашков и К, 2018. — 492 с. — ISBN 978-5-394-03036-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85481.html>

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Андреа Ковилл, Пол Б. Браун. Релевантность. Сила, которая меняет взгляды и поведение потребителей и позволяет всегда опережать конкурентов/А.Ковилл, П. Б. Браун. -М.: Азбука-Бизнес, 2015.-224 с.
2. Долматова О.В. Анализ хозяйственной деятельности по отраслям. Управленческий анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Долматова О.В., Сыроева Е.Н.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 148 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79764.html>
3. Инновационное предпринимательство и коммерциализация инноваций : учебно-методическое пособие / Д. Ш. Султанова, Е. Л. Алехина, И. Л. Беилин [и др.]. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016. — 112 с. — ISBN 978-5-7882-2064-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79290.html>

### **7.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация**

Федеральный закон "О физической культуре и спорте в Российской Федерации";

2. Указ Президента Российской Федерации от 18 июля 2018 г. № 432 "Об утверждении состава Совета при Президенте Российской Федерации по развитию физической культуры и спорта";
3. Указ Президента Российской Федерации от 21 декабря 2017 г. № 618 "Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции";
4. Федеральный проект "Создание для всех категорий и групп населения условий для занятий физической культурой и спортом, массовым спортом, в том числе повышение уровня обеспеченности населения объектами спорта и подготовка спортивного резерва "Спорт - норма жизни", утвержденный решением проектного комитета по национальному проекту "Демография" (протокол от 14 декабря 2018 г. № 3);
5. Государственная программа Российской Федерации "Научно-технологическое развитие Российской Федерации", утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 29 марта 2019 г. № 377 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Научно-технологическое развитие Российской Федерации"

#### **7.4 Интернет-ресурсы**

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

##### ***Русскоязычные ресурсы***

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Электронная библиотечная система «IPRbooks»  
<https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM»  
<https://znanium.com/catalog/books/theme>
- Электронная библиотечная система «Юрайт» <https://urait.ru/>
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

##### ***Англоязычные ресурсы***

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.

- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

### 7.5 Иные источники

1. <http://www.goskomsport.ru>
2. <https://www.sportmarketingassociation.com>
3. [www.sports.ru](http://www.sports.ru)
4. [www.sovremennoePravo.ru](http://www.sovremennoePravo.ru)
5. Международный журнал Спортивный менеджмент и маркетинг  
<https://www.inderscience.com/browse/index.phpPjournalT Sport Business International>
6. <https://www.sportbusiness.com>
7. <http://www.goskomsport.ru>
8. <https://www.sportmarketingassociation.com>

### 8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Освоение дисциплины предполагает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft PowerPoint для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Используется платформа MS Teams для проведения онлайн занятий и групповой работы,

Электронный курс (лекции, задания к семинарам, тесты, учебно-методические материалы) расположен в СДО Академии на платформе Moodle.

Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Кроме вышеперечисленных ресурсов, используются следующие информационные справочные системы: <http://www.garant.ru/>; <http://www.kodeks.ru/> и другие.

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов