

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова»
(БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова)

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

 (подпись) Матвеев П.В.
 ФИО
 «___» _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТСМЕНА

Направление/специальность подготовки	38.04.02 Менеджмент
Специализация/профиль/программа подготовки	Менеджмент в спорте
Уровень высшего образования	Магистратура
Форма обучения	Заочная
Факультет	О Естественнонаучный
Выпускающая кафедра	О5 ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И СПОРТ
Кафедра-разработчик рабочей программы	О5 ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И СПОРТ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
2	4	3	108	4	2	0	2	104	0	0	104	зач.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

38.04.02 Менеджмент

год набора группы: 2023

Программу составили:

Кафедра О5 ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И СПОРТ
Алексеева Надежда Дмитриевна, старший преподаватель

Кафедра О5 ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И СПОРТ
Зиновьев Николай Алексеевич, к.пед.н., заведующий кафедрой

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **О5 ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И СПОРТ**

Заведующий кафедрой Зиновьев Н.А., к.пед.н., доц.

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

О5 ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И СПОРТ

Заведующий кафедрой Зиновьев Н.А., к.пед.н., доц.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТСМЕНА

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПСК-4.7 — способность обеспечивать координацию работ федераций по видам спорта и организаций физической культуры и спорта по подготовке спортсменов высокого класса и их участию в официальных всероссийских и международных спортивных соревнованиях в составе спортивных сборных команд

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

ПСК-4.7

знания:

- особенности маркетинговых коммуникаций в спортивной сфере;
- основы проведения маркетинговых исследований;
- основы управления инструментами спортивного маркетинга;
- основные подходы и концепции персонального брендинга;
- имидж человека, жизненный цикл «личности как товара»;

умения:

- устанавливать контакты между рыночными субъектами для построения эффективной маркетинговой деятельности по продвижению спортсменов;
- интегрировать маркетинговую составляющую в культурные и некоммерческие проекты и оценивать эффективность их маркетинговой деятельности;
- прорабатывать стратегические аспекты личного бренда;
- управлять процессом определения и создания потребительской ценности;
- исследовать рынок труда, запросы работодателей и формировать личность, соответствующую данным требованиям;

навыки:

- владеть способами установления контактов и поддержания взаимодействия с субъектами маркетинговой деятельности в сфере спорта в условиях рыночной среды;
- владеть методами и средствами сбора, обобщения и использования маркетинговых исследований и информации о достижениях в сфере спорта, приемами маркетингового контроля по привлечению интереса к личности спортсмена;
- владеть навыками эффективного управления индивидуальным брендом спортсмена;
- владеть навыками планирования продвижения личного бренда;
- владеть навыками принятия и аргументации решений в отношении маркетинговой деятельности в меняющейся рыночной ситуации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТСМЕНА** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.04.02 Менеджмент*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **РЕКЛАМА В СПОРТЕ, СПОНСОРСТВО В СПОРТЕ, ПРОФЕССИОНАЛИЗМ МЕНЕДЖЕРА В СПОРТЕ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-1 — Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления
- ПК-93 — способен генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей, перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов
- ПСК-4.5 — Способен руководить приносящей доход деятельностью при осуществлении комплексной деятельности в области физической культуры и спорта
- ПСК-4.7 — Способен обеспечивать координацию работ федераций по видам спорта и организаций физической культуры и спорта по подготовке спортсменов высокого класса и их участию в официальных всероссийских и международных спортивных соревнованиях в составе спортивных сборных команд
- УК-6 — Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-4.7
2	4	Раздел 1. Персональный маркетинг в социально-экономической системе. Позиционирование личности на рынке. 1. Роль и место персонального маркетинга в классе социально-экономических систем. 2. Стратегии в сфере персонального маркетинга. 3. Манипулятивные технологии в персональном маркетинге. Способы подачи информации. 4. Управление межличностным взаимодействием. Имидж как основная составляющая самопрезентации, саморазвития, самоорганизации. 5. Личность в кросскультурной среде, профилактика конфликтов, поддержание и развитие организационной культуры.	32	2	2	0	30	20
2	4	Раздел 2. Маркетинговая коммуникационная стратегия в профессиональном спорте. 1. Цель и задачи коммуникационной стратегии. Ее составляющие. 2. Виды коммуникационных моделей. 3. Контент и медиапланирование. 4. Основные виды ошибок.	38	1	0	1	37	40
2	4	Раздел 3. Маркетинговая деятельность в профессиональном спорте. Оценка ее эффективности. 1. Специфические особенности маркетинга в сфере спорта. 2. Маркетинговые исследования в спортивной сфере. 3. Подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности.	38	1	0	1	37	40
Всего за 4 семестр			108	4	2	2	104	100
Всего по дисциплине			108	4	2	2	104	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 2. Маркетинговая коммуникационная стратегия в профессиональном спорте.	Цель и задачи коммуникационной стратегии. Ее составляющие. Виды коммуникационных моделей	1
2	Раздел 3. Маркетинговая деятельность в профессиональном спорте. Оценка ее эффективности.	Специфические особенности маркетинга в сфере спорта	1
Всего за 4 семестр			2

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Персональный маркетинг в социально-экономической системе. Позиционирование личности на рынке.	Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе	30
2	Раздел 2. Маркетинговая коммуникационная стратегия в профессиональном спорте.	Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе	37
3	Раздел 3. Маркетинговая деятельность в профессиональном спорте. Оценка ее эффективности.	Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе	37
Всего за 4 семестр			104

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
4						ДР			Презент., Кейс	ДР						ДР	Тест, зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Презент. – презентация;
- Кейс – кейс-задача;
- Тест – тест;
- зач. – зачет.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- презентация;
- кейс-задача;
- тест.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. А. В. Мелёхин. . Правовое регулирование физической культуры и спорта. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
2. А. Е. Ловягина, Н. Л. Ильина, Д. Н. Волков. . Психология физической культуры и спорта. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
3. А. М. Дубов, Г. А. Кузьменко. . Агентская деятельность в спорте. Москва: МПГУ, 2018, эл. рес.
4. М. Н. Григорьев. . Маркетинг. М.: Юрайт, 2018, эл. рес.
5. М. О. Буянова. . Спортивное право. Общая теория. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
6. М. П. Бондаренко. . Стимулирование и оплата труда профессиональных спортсменов и спортивных тренеров в современной России. Волгоград: ВГАФК, 2015, эл. рес.
7. С. С. Филиппов. . Менеджмент физической культуры и спорта. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

1. С. Д. Резник, В. В. Бондаренко, С. Н. Соколов. Персональный менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2010, 2 экз.

5.3. Периодические издания:

не требуются.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. <http://library.voenmeh.ru> — Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова;
2. <https://urait.ru> — Главная – Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов.;
3. <http://e.lanbook.com> — ЭБС Лань;
4. <https://ibooks.ru> — ЭБС Айбукс.ру - это большой выбор актуальной литературы для вашей библиотеки в электронном виде.

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
- <http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТСМЕНА** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.04.02 Менеджмент*. Дисциплина реализуется на факультете *О Естественнотехнический БГТУ "ВОЕНМЕХ"* им. Д.Ф. Устинова кафедрой *О5 ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И СПОРТ*.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ПСК-4.7 способность обеспечивать координацию работ федераций по видам спорта и организаций физической культуры и спорта по подготовке спортсменов высокого класса и их участию в официальных всероссийских и международных спортивных соревнованиях в составе спортивных сборных команд.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными теориями, концепциями, ключевыми проблемами и базовыми технологиями современного маркетинга, реализацией маркетинговых решений, значением персонального маркетинга и брендинга для успешного развития карьеры, обеспечением маркетинговой политики в сфере спорта, а также современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации маркетинговых кампаний.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- презентация;
- кейс-задача;
- тест.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **3 з.е., 108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**2 ч.**), практические занятия (**2 ч.**), самостоятельная работа студента (**104 ч.**).

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 4 ч. аудиторных занятий, и 104 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Персональный маркетинг в социально-экономической системе. Позиционирование личности на рынке.		
Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе	М. О. Буянова. . Спортивное право. Общая теория: Москва: Юрайт, 2022 (Главы 2-3) М. Н. Григорьев. . Маркетинг: М.: Юрайт, 2018 (Разделы 1, 2, 7) А. Е. Ловягина, Н. Л. Ильина, Д. Н. Волков. . Психология физической культуры и спорта: Москва: Юрайт, 2022 (Раздел 7) А. В. Мелёхин. . Правовое регулирование физической культуры и спорта: Москва: Юрайт, 2022 (Главы 1-15) С. Д. Резник, В. В. Бондаренко, С. Н. Соколов. Персональный менеджмент: М.: ИНФРА-М, 2010 (Разделы 1-3)	30
Итого по разделу 1		30
Раздел 2. Маркетинговая коммуникационная стратегия в профессиональном спорте.		
Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе	С. С. Филиппов. . Менеджмент физической культуры и спорта: Москва: Юрайт, 2022 (Раздел 3) А. М. Дубов, Г. А. Кузьменко. . Агентская деятельность в спорте: Москва: МПГУ, 2018 (Главы 1-2)	37
Итого по разделу 2		37
Раздел 3. Маркетинговая деятельность в профессиональном спорте. Оценка ее эффективности.		
Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе	С. С. Филиппов. . Менеджмент физической культуры и спорта: Москва: Юрайт, 2022 (Раздел 3) М. П. Бондаренко. . Стимулирование и оплата труда профессиональных спортсменов и спортивных тренеров в современной России: Волгоград: ВГАФК, 2015 (Главы 1-5) А. М. Дубов, Г. А. Кузьменко. . Агентская деятельность в спорте: Москва: МПГУ, 2018 (Главы 1-2)	37
Итого по разделу 3		37

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- тест;
- презентация;
- кейс-задача;
- зачет.

Критерии оценивания

Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Тест

В рамках освоения дисциплины обучающемуся необходимо ответить на теоретические вопросы в форме электронного теста, размещенного в ЭИОС Moodle. Каждый вариант теста (15 вопросов) генерируется случайным образом. Трудоемкость каждого вопроса составляет 1 балл. Проходной балл для сдачи теста - 10.

Презентация

Задание на выбор студента:

Вариант №1. Архетипический маркетинг: подобрать к каждому архетипу спортивный бренд, имеющий соответствующую целевую аудиторию. Аргументировать.

Вариант №2. Проведя ретроспективный анализ, выявить процесс построения персонального бренда известного спортсмена (на выбор).

Анализ должен включать в себя следующие этапы:

1. Достижение спортивного результата.
2. Популяризация спортсмена.
3. Формирование атрибутов персонального бренда.

Представить материал в виде презентации.

Объем - не менее 10 слайдов.

Критерии оценивания:

1. Проблема раскрыта полностью - 1 балл.
2. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы - 1 балл.
3. Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана - 1 балл.
4. Выводы обоснованы - 1 балл.
5. Использовано более 5 профессиональных терминов - 1 балл.
6. Широко использованы технологии (Power Point и др.) - 1 балл.
7. Отсутствуют ошибки в представляемой информации - 1 балл.

Минимальный (проходной) балл - 5.

Кейс-задача

"Запуск нового продукта".

Необходимо разработать стратегию "звездного маркетинга": произвести оценку атрибутов бренда, аргументировать выбор спортсмена/команды в качестве амбассадора.

Задание считается выполненным, при условии что обучающийся владеет в полном объеме знаниями по тематике задания; самостоятельно, в логической последовательности и исчерпывающе отвечает по выбранной теме, подчеркивая при этом самое существенное; умеет анализировать, сравнивать,

обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделять в нем главное; устанавливать причинно-следственные связи; четко формулирует ответы на дополнительные вопросы; увязывает теоретические аспекты с практическими задачами.

Зачет

Зачет по дисциплине предполагает сдачу электронного теста (не менее 10 баллов), защиту презентации (не менее 5 баллов) и решение кейс-задачи.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-4.7	
2	4	Раздел 1. Персональный маркетинг в социально-экономической системе. Позиционирование личности на рынке.	32	2	2	0	30	20	Тест
2	4	Раздел 2. Маркетинговая коммуникационная стратегия в профессиональном спорте.	38	1	0	1	37	40	Тест, Презентация
2	4	Раздел 3. Маркетинговая деятельность в профессиональном спорте. Оценка ее эффективности.	38	1	0	1	37	40	Тест, Кейс-задача
Всего за 4 семестр			108	4	2	2	104	100	
Всего по дисциплине			108	4	2	2	104	100	