

Аннотация к дисциплине «Спортивный маркетинг – стратегии и технологии»

Цель освоения дисциплины «Спортивный маркетинг: стратегии и технологии» - формирование универсальных и профессиональных компетенций обучающихся, характеризующих этапы освоения образовательной программы и формирование у студентов базовой системы знаний в области современных научных маркетинговых концепций и методов исследования, моделирования и прогнозирования развития рынка услуг в области физической культуры и спорта..

Задачи, решаемые в процессе преподавания учебной дисциплины:

- приобретение студентами знаний и умений, обеспечивающих достижение планируемых результатов по организационно-управленческому и научно-исследовательскому видам деятельности;
- ознакомление с принципами, методами и процедурой разработки стратегии маркетинга;
- ознакомление с зарубежной и отечественной практикой принятия и реализации стратегических планов маркетинга,
- определение роли стратегического и инновационного маркетинга в хозяйственной деятельности спортивной организации;
- приобретение навыков применения маркетинговых инструментов, используемых спортивной организацией при разработке и внедрении стратегии;
- овладение методикой маркетингового планирования и приобретение навыков подготовки стратегического плана, а также планирования отдельных элементов маркетинговой деятельности спортивной организации;
- приобретение навыков разработки стратегического маркетингового плана;
- приобретение навыков сбора, систематизации и анализа статистической и маркетинговой информации для планирования показателей развития спортивной организации.