|  |
| --- |
| **Министерство просвещения Российской Федерации** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет " |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Электронный документ подписан ПЭП | УТВЕРЖДАЮ |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | Должность: Проректор по образовательной деятельности и информатизации | Заведующий кафедрой |  |
|  | Уникальный программный ключ: 61918fe267ac770da66e | Тихонов Александр Михайлович |  |
|  | 22 декабря 2020 г. |  |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_ |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Маркетинг спортивно-оздоровительных услуг** |
| рабочая программа дисциплины (модуля) |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Закреплена за кафедрой |  |  |  | **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  | Учебный план | b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx43.03.02 ТуризмНаправленность (профиль) Организация туристской деятельности |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Квалификация | **Бакалавр** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Форма обучения | **очная** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Общая трудоемкость |  |  | **4 ЗЕТ** |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Часов по учебному плану | 144 |  |  |  |  | Виды контроля в семестрах: |
|  |  |  | в том числе: |  |  |  |  |  |  |  |  | зачеты 7 |
|  |  |  | аудиторные занятия | 40 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | самостоятельная работа | 100 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Форма контроля, Промежуточная аттестация |  | 3,75 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Распределение часов дисциплины по семестрам** |  |  |  |  |
| Семестр(<Курс>.<Семест р на курсе>) | **7 (4.1)** | Итого |  |  |  |  |
| Недель | 19 4/6 |  |  |  |  |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |  |  |  |  |
| Лекции | 14 | 14 | 14 | 14 |  |  |  |  |
| Практические | 26 | 26 | 26 | 26 |  |  |  |  |
| Иная контактная работа | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 |  |  |  |  |
| В том числе в форме практ.подготовки | 37 | 37 | 37 | 37 |  |  |  |  |
| Итого ауд. | 40 | 40 | 40 | 40 |  |  |  |  |
| Кoнтактная рабoта | 40,25 | 40,25 | 40,25 | 40,25 |  |  |  |  |
| Сам. работа | 100 | 100 | 100 | 100 |  |  |  |  |
| Часы на контроль | 3,75 | 3,75 | 3,75 | 3,75 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  |  | стр. 2 |
| Программу составил(и): |  | , старший преподаватель , Кетов Герман Борисович |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рабочая программа дисциплины |  |  |  |  |
| **Маркетинг спортивно-оздоровительных услуг** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| разработана в соответствии с ФГОС: |  |  |  |  |
| Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516) |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| составлена на основании учебного плана: |  |  |  |  |
| 43.03.02 ТуризмНаправленность (профиль) Организация туристской деятельности(Шифр Дисциплины: Б1.В.ДВ.10.01) |  |  |
| утвержденного учёным советом вуза 24.12.2019 протокол № 5. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  | стр. 3 |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |  |
| Утверждаю: Председатель НМСC |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г. |
|  |  |  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры |
| **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  |  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г. № \_\_Зав. кафедрой Тихонов Александр Михайлович |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |  |
| Утверждаю: Председатель НМСC |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2022 г. |
|  |  |  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры |
| **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  |  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2022 г. № \_\_Зав. кафедрой Тихонов Александр Михайлович |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |  |
| Утверждаю: Председатель НМСC |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 г. |
|  |  |  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры |
| **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  |  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 г. № \_\_Зав. кафедрой Тихонов Александр Михайлович |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |
|  |  |  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** |
|  |  |  |  |  |
| Утверждаю: Председатель НМСC |  |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г. |
|  |  |  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена дляисполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры |
| **Теории и методики физической культуры и туризма\*** |
|  |  |  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г. № \_\_Зав. кафедрой Тихонов Александр Михайлович |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  |  |  |  |  | стр. 4 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| 1.1 | Формирование базовых теоретических знаний и практических навыков в изучении маркетинга спортивно- оздоровительных услуг предприятий спортивно-оздоровительного сервиса. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП** |
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В.ДВ.10 |
| **2.1** | **Требования к предварительной подготовке обучающегося:** |
| 2.1.1 | Человек и его потребности |
| 2.1.2 | Технологии продаж и обслуживания |
| 2.1.3 | Маркетинг в туристской индустрии |
| 2.1.4 | Сервисная деятельность |
| 2.1.5 | Документационное обеспечение в туриндустрии |
| **2.2** | **Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:** |
| 2.2.1 | Выполнение и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.2 | Инновационные технологии в спортивно-оздоровительном сервисе |
| 2.2.3 | Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена |
| 2.2.4 | Прогнозирование и стратегическое управление в туризме |
| 2.2.5 | Реклама и связь с общественностью (PR) |
| 2.2.6 | Стандартизация и сертификация туристских и социокультурных услуг |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **В результате освоения дисциплины обучающийся должен** |
| **3.1** | **Знать:** |
| 3.1.1 | теоретические основы маркетинга спортивно-оздоровительных услуг, тенденции и направления развития маркетинговых исследований в сфере сервиса; офисные технологии и специальное программное обеспечение туристской деятельности, интернет-технологии. Современные технологии переработки информации и их влияние на результат профессиональной деятельности. |
| **3.2** | **Уметь:** |
| 3.2.1 | изучать и оценивать рынки туристских и спортивно-оздоровительных услуг, обобщать и систематизировать маркетинговую информацию; использовать маркетинговые информационные технологии продвижения продукта спортивно-оздоровительного сервиса, способен осуществлять контроль этого процесса. |
| **3.3** | **Владеть:** |
| 3.3.1 | навыками формирования спортивно-оздоровительных и туристско-рекреационных продуктов на основе учета рыночной конъюнктуры; способностью эффективно применять информационные и коммуникативные технологии и методы реализации продукта спортивно-оздоровительного сервиса. Внедрять современные способы конкурентной борьбы на рынке спортивно-оздоровительных услуг. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| **Код занятия** | **Наименование разделов и тем /вид занятия/** | **Семестр / Курс** | **Час.** |  | **Компетен-****ции** | **Литература** | **Интре ракт.** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Раздел 1. Современный маркетинг спортивно-оздоровительных услуг: основные понятия, роль, значение.** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 1.1 | Понятие сущности маркетинга, спортивно-оздоровительных услуг. Функции маркетинга спортивно- оздоровительных услуг, цели, задачи.Понятие комплекса маркетинга, роль и значение базовых элементов в формировании маркетинговых программ предприятия спортивно- оздоровительного сервиса. /Лек/ | 7 | 2 |  |  | Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  |  |  |  |  | стр. 5 |
| Примечание:Сущность, цели и задачи маркетинга спортивно-оздоровительных услуг. |
| 1.2 | Концепция маркетинга. Основные определения (Ф.Котлер, Дж. Эванс, Б. Берман, Т. Левитт.)Функции маркетинга, цели, задачи.Комплекс маркетинга (маркетинг микс). Четыре Пи - как составляющие комплекса маркетинга. Семь Пи - как расширеный вариант комплекса маркетинга. Девять Пи. /Пр/ | 7 | 6 |  |  | Л1.4 Л1.7 Л1.8 | 0 |
| Примечание:Концепции маркетинга. Комплекс маркетинга. |
| 1.3 | Задачи современного маркетинга спортивно-оздоровительных услуг. Функции современного маркетинга. Истинные цели системы маркетинга.Качественные цели предприятия спортивно-оздоровительных услуг. Количественные цели предприятия спортивно-оздоровительных услуг. Комплекс маркетинга. /Ср/ | 7 | 16 |  |  | Л1.3 Л1.6 Л1.8 | 0 |
| Примечание:Конспект в рабочей тетради |
|  | **Раздел 2. Рынок туристских и спортивно-оздоровительных услуг и его компоненты.** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 2.1 | Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие рынка спортивно- оздоровительного сервиса. Внешние факторы. Общие внешние факторы. Специфические внешние факторы. Личностно - мотивационные факторы.Функции рынка. Спрос на услуги. Ценовые и неценовые факторы рынка.Рыночная конъюнктура.Определение ёмкости рынка и доли рынка предприятия. /Лек/ | 7 | 2 |  |  | Л1.3 Л1.4 Л1.6 | 0 |
| Примечание:Факторы развития рынка спортивно-оздоровительных услуг. Общие факторы, специфические факторы. Личностно- мотивационные факторы. |
| 2.2 | Внешние факторы рынка. Личностно- мотивационные факторы рынка. Группа социально-демографических факторов. Группа социально-экономических факторов. Группа мотивационных факторов. Группа поведенческих факторов.Функции рынка в широком смысле слова. Спрос и предложение на рынке. Потенциальный рынок. Целевой рынок. Основной рынок. Дополнительный рынок. Стратегический рынок. /Пр/ | 7 | 4 |  |  | Л1.3 Л1.4 Л1.6 | 0 |
| Примечание:Социально-демографические факторы. Социально-экономические факторы. Функции рынка в широком смысле. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  |  |  |  |  | стр. 6 |
| 2.3 | Рыночная конъюнктура как экономическая ситуация на рынке. Характеристика конъюнктуры.определение ёмкости рынка. Определение доли рынка. Значение данных определений. /Ср/ | 7 | 16 |  |  | Л1.6 Л1.7 Л1.8 | 0 |
| Примечание:конспект в рабочей тетради |
|  | **Раздел 3. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в системе спортивно- оздоровительного сервиса.** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 3.1 | Маркетинговые исследования, их роль и значение в формировании информационной базы предприятий спортивно-оздоровительного сервиса. Цель маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований. Характеристика основных этапов маркетинговых исследований. Текущие и перспективные проблемы предприятия спортивно- оздоровительного сервиса.Внешняя вторичная информация. Первичная информация. Методы сбора первичных данных. Наблюдение, эксперимент, имитация, опрос. /Лек/ | 7 | 4 |  |  | Л1.2 | 0 |
| Примечание:Роль и значение маркетинговых исследований. |
| 3.2 | Область применения маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований. Характеристика основных этапов маркетинговых исследований. Определение проблем и постановка целей маркетингового исследования. Проблемы формирования стратегий бизнеса.Сбор источников информации. Внутренние и внешние источники информации. /Пр/ | 7 | 4 |  |  | Л1.2 | 0 |
| Примечание:Область применения маркетинговых исследований. Технология проведения маркетинговых исследований. |
| 3.3 | Информационная система маркетинга.Маркетинговые исследования как часть постоянно действующего комплексного информационного процесса.Конкретные примеры маркетинговых исследований. /Ср/ | 7 | 16 |  |  | Л1.2 | 0 |
| Примечание:Подготовка докладов. Подготовка к контрольной работе. |
|  | **Раздел 4. Туристский и спортивно- оздоровительный продукт, особенности формирования и продвижения.** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  |  |  |  |  | стр. 7 |
| 4.1 | Определение понятий "туристский продукт", "спортивно-оздоровительный продукт". Технологии разработки продукта на основе многоуровневого маркетингового подхода.Стратегии разработки новых туристских и спортивно- оздоровительных продуктов.Концепция жизненного цикла товаров и услуг. (ЖЦТ). /Пр/ | 7 | 4 |  |  | Л1.3 Л1.4 Л1.5 | 0 |
| Примечание:Оценка рабочей тетради, доклада или презентации. |
| 4.2 | Разработка спортивно- оздоровительного продукта на основе многоуровневого маркетингового подхода.Формирование продуктовой стратегии предприятия спортивно- оздоровительного сервиса. Понятие ассортимента туристских и спортивно- оздоровительных услуг и продуктов, решения в области ассортиментной политики. /Лек/ | 7 | 2 |  |  | Л1.3 Л1.4 Л1.5 | 0 |
| Примечание:Концепция жизненного цикла товара, продукта, услуги. |
| 4.3 | Термин туристский продукт как совокупность потребительных стоимостей с рекреационным эффектом. Спортивно-оздоровительные услуги в туркомплексе как часть турпродукта, формируемого туркомплексом. Специфические характеристики и отличительные особенности турпродукта.Трехуровневая идея турпродукта. Продукт по замыслу. Продукт в реальном исполнении. Продукт с подкреплением.Жизненный цикл услуги как целостная концепция. /Ср/ | 7 | 24 |  |  | Л1.3 Л1.4 Л1.5 | 0 |
| Примечание:Продуктовая стратегия, продуктовый ассортимент. |
|  | **Раздел 5. Ценообразование на рынке туристских и спортивно- оздоровительных услуг.** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 5.1 | Понятие и значение ценообразования. Цена в комплексе маркетинга предприятия спортивно- оздоровительного сервиса.Постановка целей и выбор методов ценообразования. Определение и реализация ценовой стратегии предприятия спортивно- оздоровительного сервиса.ценообразование и анализ ценовой политики конкурентов. Характеристика маркетинговых стратегий и тактик. /Лек/ | 7 | 2 |  |  | Л1.1 Л1.5 | 0 |
| Примечание: |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  |  |  |  |  | стр. 8 |
| Понятие и значение ценообразования. Цена в комплексе маркетинга. |
| 5.2 | Цена в комплексе маркетинга предприятия спортивно- оздоровительного сервиса, принципы и методы в туризме и спортивно- оздоровительном сервисе, особенности ценообразования в туристском и спортивно-оздоровительном бизнесе. Цели и методы ценообразования. Ценовая стратегия.Методика расчета базисной цены спортивно-оздоровительного продукта.Маркетинговые стратегии и тактики. /Пр/ | 7 | 4 |  |  | Л1.1 Л1.10 | 0 |
| Примечание:Цели и методы ценообразования. Маркетинговые стратегии и тактики. |
| 5.3 | Характерные особенности, влияющие на процесс ценообразования.Факторы, влияющие на формирование цены продажи.Этапы выработки ценовой стратегии предприятия.Характеристика ценовых стратегий: Стратегия снятия сливок, Стратегия цен проникновения на рынок, Стратегия престижных цен, Стратегия следования за лидером. /Ср/ | 7 | 14 |  |  | Л1.1 Л1.5 | 0 |
| Примечание:Факторы и характерные особенности ценообразования. |
|  | **Раздел 6. Каналы сбыта и особенности продвижения туристких и спортивно-оздоровительных услуг.** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 6.1 | Система продвижения и каналы распределения спортивно- оздоровительных услуг. Каналы сбыта спортивно-оздоровительных услуг.Формирование сбытовой стратегии предприятия.Особенности формирования коммуникационной политики предприятий спортивно- оздоровительного сервиса. Реклама и её роль. Паблик рилейшенз, роль, значение, функции. /Лек/ | 7 | 2 |  |  | Л1.4 Л1.5 | 0 |
| Примечание:Системы продвижения продукта. Каналы коммуникационной политики. |
| 6.2 | Реклама в спортивно-оздоровительном сервисе, ее роль, значение, функции. Способы и методы пропаганды, пропагандистские кампании.Стимулирование сбыта туристских и спортивно-оздоровительных продуктов и услуг. /Пр/ | 7 | 4 |  |  | Л1.4 Л1.5 | 0 |
| Примечание:тестирование |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  |  |  |  |  |  |  |  | стр. 9 |
| 6.3 | Сбытовая стратегия предприятия спортивно-оздоровительного сервиса и её этапы. Изучение групп клиентов предприятия. Цели и этапы сбытовой стратегии.Каналы сбыта туристских и спортивно- оздоровительных услуг.Виды продаж. Прямые продажи. Агентские продажи. Корпоративные продажи.Коммуникативная политика предприятия спортивно- оздоровительного сервиса. /Ср/ | 7 | 14 |  |  | Л1.4 Л1.5 | 0 |
| Примечание:Цели и этапы сбытовой стратегии. Виды продаж. |
|  | **Раздел 7. Сдача зачета в устной форме.** |  |  |  |  |  |  |
| Примечание: |
| 7.1 | Прием зачета в форме собеседования. /Зачёт/ | 7 | 3,75 |  |  | Л1.9 Л1.10 Л1.11 | 0 |
| Примечание:Прием зачета в форме собеседования по всем разделам программы, с учетом результатов тестирования, анализа докладов и презентаций. |
| 7.2 | Анализ контрольных работ и конспектов /ИКР/ | 7 | 0,25 |  |  |  | 0 |
| Примечание:Рабочие конспекты и контрольные работы |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.1. ФОСы для проведения промежуточного контроля:** |
| Сем (курс) | Форма контроля | Оценочное средство | Описание | Адрес (URL) |
| 7 | Зачёт | Собеседование |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.2. ФОСы для проведения текущего контроля:** |
| Тема | Оценочное средство | Описание | Адрес (URL) |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5.3. ФОСы для проведения входного контроля:** |
| Оценочное средство | Описание | Адрес (URL) |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| **6.1. Рекомендуемая литература** |
| **6.1.1. Основная литература** |
|  | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л1.1 | Дойль П. | Маркетинг, ориентированный на стоимость: Маркетинговые стратегии для обеспечения роста компании и увеличения её акционерной стоимости | Санкт-Петербург: Питер, 2001 |
| Л1.2 | Степанова О. Н. | Маркетология спорта: инструментарий социолога (применение методов математической статистики для решения прикладных маркетинговых задач): учеб. пособие | Москва: Сов. спорт, 2003 |
| Л1.3 |  | Маркетинг физкультурно-спортивной деятельности: учеб.- метод. комплекс курса спец. 050720 - "Физическая культура" | Пермь: Изд-во ПГПУ, 2008 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  |  | стр. 10 |
|  | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л1.4 | Христофорова И. В., Себекина Т. А., Журавлёва Т. А. | Маркетинг в туристской индустрии: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по направл. "Туризм" (квалификация "бакалавр") | Москва: Академия, 2012 |
| Л1.5 | Ветитнев А. М. | Маркетинг санаторно-курортных услуг: [учеб. пособие для вузов] | Москва: Академия, 2008 |
| Л1.6 | Навротский Павел Иванович | Менеджмент и маркетинг спортивных, спортивно-туристских и физкультурно-оздоровительных услуг: практические рекомендации из зарубежного и отечественного опыта : учебное пособие для туристских специальностей | Барнаул: [б. и.], 2007 |
| Л1.7 | Восколович Н. А. | Маркетинг туристских услуг: учебник | Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 |
| Л1.8 | Безрутченко Ю. В. | Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие | Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013 |
| Л1.9 | Восколович Н. А. | Маркетинг туристских услуг: учебник | Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 |
| Л1.10 | Безрутченко Ю. В. | Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие | Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013 |
| Л1.11 | Артемисия Апостолопулу, Дэйв Артур | Маркетинг спорта: практическое руководство | Москва: Альпина Паблишер, 2013 |
|  |  |  |  |  |  |
| **6.3.1 Перечень программного обеспечения** |
|  |
|  |  |  |  |  |  |
| **6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем** |
| 1. Ресурсы собственной генерации:- Электронный каталог и Электронная библиотека ФБ ПГГПУ- Библиотека религиоведение и русской религиозной философии. Изданиях XVIII – нач. XX вв.2. Подписные ресурсы:- Электронная библиотечная система IPRbooks (Договор на предоставление доступа к электронной библиотечной системе № 45/19 от 01.01.2019. Доступ с 01.01.2019 по 31.12.2019)- Электронная библиотека "Юрайт" (Договор № 3971 на оказание услуг по предоставлению доступа к ЭБС от 08.04.2019. Доступ с 16.04.2019 по 15.04.2020)- Межвузовская электронная библиотека Западно-Сибирской зоны (Договор № 25 о присоединении участника к межвузовской электронной библиотеке педагогических вузов Западно-Сибирской зоны от 23.11.2016)- Коллекция материалов по обучению лиц с инвалидностью и ОВЗ ЭБ МГППУ (Соглашение о сотрудничестве 43-15-19 от 15.11.2015. Лицензионный договор № 987 от 15.11.2015)- Электронные периодические издания East View (Лицензионный договор № 259-П от 1.01.2019. Доступ с 01.01.2019 по 30.05.2019 с 01.09.2019 по 31.12.2019)- Электронные периодические издания. НЭБ eLibrary (Договор SU-21-01-2019 от 21 января 2019 г.)- Удаленный электронный читальный зал (УЭЧЗ) Президентской библиотеки им. Б. Н. Ельцина (Соглашение о сотрудничестве от 24 июня 2013 г.) - Национальная электронная библиотека (НЭБ) (Договор № 101/НЭБ/2216 о предоставлении доступа от 15.05.2017. В течение 5 лет)3. Научные ресурсы:- БД международных индексов научного цитирования Web of Science - БД международных индексов научного цитирования Scopus - Национальная подписка на ScienceDirect - Ресурсы свободного доступа- Электронная библиотека диссертаций РГБ - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» |
|  |  |  |  |  |  |
| **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** |
| Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом в объеме не менее 50-70% общего количества часов, должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.Задания для самостоятельной работы составляются по разделам и темам, по которым не предусмотрены аудиторные занятия, либо требуется дополнительно проработать и проанализировать рассматриваемый преподавателем материал в объеме запланированных часов. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УП: b430302\_03o\_2020\_ОргТурДеят.plx |  | стр. 11 |
| Задания по самостоятельной работе могут быть оформлены в виде таблицы с указанием конкретного вида самостоятельной работы:- конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;- проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх;- работа с нормативными документами и законодательной базой;- поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору;- написание рефератов (эссе);- работа с тестами и вопросами для самопроверки;Самостоятельная работа должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для студента.Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента (зачет, экзамен). При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на семинарских и практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ и т. |