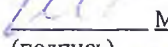


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова»
(БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета


Матвеев П.В.
(подпись) ФИО
«31» 05 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

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

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)								ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
				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: 2022

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

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

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-4.4 — способность руководить деятельностью структурных подразделений, связанной с проведением физкультурных, спортивных массовых мероприятий и осуществлением физкультурно-спортивной деятельности
--

ПСК-4.5 — способность руководить приносящей доход деятельностью при осуществлении комплексной деятельности в области физической культуры и спорта

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

ПСК-4.4

знания:

- основы маркетинга, управленческих и поведенческих теорий в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности;

- концепции работы с разными группами потребителей;

умения:

- оценивать последствия принимаемых управленческих решений в сфере спортивного маркетинга;

- определять потребности покупателей (клиентов) для обеспечения наиболее полного их удовлетворения;

навыки:

- владеть методами реализации основных функций спортивного маркетолога;

- владеть современными инструментами управления человеческими ресурсами в организации, осуществляющей деятельность в области физической культуры и спорта;

- владеть инструментами внедрения инноваций.

ПСК-4.5

знания:

- основные законы спроса и предложения;

- теоретические основы поведения потребителей в области физической культуры и спорта;

- факторы, влияющие на поведение потребителей в области физической культуры и спорта;

умения:

- выявлять факторы конкурентоспособности для обеспечения стратегического развития организации в сфере физической культуры и спорта, в том числе уметь выявлять новые рыночные возможности по развитию взаимоотношений с клиентами, развитию новых типов продуктов;

- проводить маркетинговые исследования потребителей в сфере физической культуры и спорта, формулировать вопросы о потенциальном спросе;

навыки:

- владеть процессом разработки комплекса маркетинга с учетом целевой аудитории;

- владеть навыками ведения деловых переговоров;

- владеть навыками заключения сделок при работе с потребителями (клиентами).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.04.02 Менеджмент*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **УПРАВЛЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ, РЕКЛАМА В СПОРТЕ, СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- 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-4.6 — Способен руководить медицинским, научно-методическим и информационно-аналитическим сопровождением подготовки спортивных сборных команд, спортсменов высокого класса и спортивного резерва
- УК-1 — Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
- УК-4 — Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
- УК-5 — Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

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-4.4	ПСК-4.5
2	4	Раздел 1. Модели поведения индивидуальных потребителей. 1. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителя. 2. Социальные факторы, влияющие на поведение потребителей. Типология референтных групп. 3. Характеристика различных ролей индивида при покупательском поведении. 4. Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей. 5. Роль мотивации в потребительском поведении. 6. Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке. 7. Оценка реакции потребителей на покупку.	75	3	2	1	72	65	65
2	4	Раздел 2. Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей. 1. Понятие потребительской лояльности. 2. Виды лояльности. 3. Факторы формирования и управления потребительской лояльностью. 4. Потребительский опыт. 5. Программы лояльности. 6. Кастомизация продукта как эффективная технология повышения лояльности потребителей. 7. Искатели статуса.	33	1	0	1	32	35	35
Всего за 4 семестр			108	4	2	2	104	100	100
Всего по дисциплине			108	4	2	2	104	100	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Модели поведения индивидуальных потребителей.	Социальные факторы, влияющие на поведение потребителей. Типология референтных групп. Характеристика различных ролей индивида при популательском поведении.	1
2	Раздел 2. Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей.	Факторы формирования и управления потребительской лояльностью. Программы лояльности.	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. Модели поведения индивидуальных потребителей.	Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе. Написание эссе. Подготовка к зачету.	72
2	Раздел 2. Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей.	Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе. Подготовка презентации. Подготовка к итоговому тесту.	32
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			Эссе, Презент.	ДР						ДР	Тест, зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Эссе – эссе;
- Презент. – презентация;
- Тест – тест;
- зач. – зачет.

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

- диагностическая работа;
- эссе;
- презентация;
- тест.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. В. Б. Мяконьков, Т. В. Копылова, Н. М. Егорова. . Спортивный маркетинг. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
2. В. Л. Бенин, Ю. Р. Лутфуллин, А. А. Попова. . Экономика социальной сферы. Москва: Флинта, 2020, эл. рес.
3. В. М. Степанян, Е. Ю. Чернявская. . Теоретические аспекты потребительского поведения. Волгоград: ВГАФК, 2016, эл. рес.
4. П. Д. Шимко. . Микроэкономика. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
5. Р. Р. Каримов, И. Р. Федулina. . Менеджмент физической культуры и спорта. Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2007, эл. рес.
6. Т. А. Пузыня, Е. Ю. Смирнова, А. А. Степанов. . Технологии сферы сервиса на примере спортивно-оздоровительных услуг. Великие Луки: ВЛГАФК, 2018, эл. рес.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

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://ura.it.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 **ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.04.02 Менеджмент*. Дисциплина реализуется на факультете О Естественнонаучный БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой О5 ФИЗИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ И СПОРТ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ПСК-4.4 способность руководить деятельностью структурных подразделений, связанной с проведением физкультурных, спортивных массовых мероприятий и осуществлением физкультурно-спортивной деятельности;

ПСК-4.5 способность руководить приносящей доход деятельностью при осуществлении комплексной деятельности в области физической культуры и спорта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением существующих в социологии, психологии, экономике и маркетинге теоретико-методологических подходов к потребительскому поведению в области физической культуры и спорта, а также методами управления процессом принятия решений.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

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

- диагностическая работа;
- эссе;
- презентация;
- 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. Модели поведения индивидуальных потребителей.		
Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе. Написание эссе. Подготовка к зачету.	Р. Р. Каримов, И. Р. Федулина. . Менеджмент физической культуры и спорта: Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2007 (С. 72-122) П. Д. Шимко. . Микроэкономика: Москва: Юрайт, 2020 (1.3-1.5) В. Л. Бенин, Ю. Р. Лутфуллин, А. А. Попова. . Экономика социальной сферы: Москва: Флинта, 2020 (1-3) В. Б. Мяконьков, Т. В. Копылова, Н. М. Егорова. . Спортивный маркетинг: Москва: Юрайт, 2022 (Главы 4-9) В. М. Степанян, Е. Ю. Чернявская. . Теоретические аспекты потребительского поведения: Волгоград: ВГАФК, 2016 (Ч. 2) Т. А. Пузыня, Е. Ю. Смирнова, А. А. Степанов. . Технологии сферы сервиса на примере спортивно-оздоровительных услуг: Великие Луки: ВЛГАФК, 2018 (1-3)	72
Итого по разделу 1		72
Раздел 2. Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей.		
Углубленное изучение дидактических единиц раздела по рекомендуемой литературе. Подготовка презентации. Подготовка к итоговому тесту.	В. М. Степанян, Е. Ю. Чернявская. . Теоретические аспекты потребительского поведения: Волгоград: ВГАФК, 2016 (Ч. 2) В. Б. Мяконьков, Т. В. Копылова, Н. М. Егорова. . Спортивный маркетинг: Москва: Юрайт, 2022 (Главы 4-9) Р. Р. Каримов, И. Р. Федулина. . Менеджмент физической культуры и спорта: Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2007 (С. 72-122)	32
Итого по разделу 2		32

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

- диагностическая работа
- эссе;
- тест;
- презентация;
- 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.

Эссе

Темы:

1. Существует выражение «Клиент всегда прав». Так ли это по Вашему мнению?
2. Влияние моды на поведение потребителей.
3. Иррациональное потребительское поведение. Что это?
4. Поведение потребителей во время экономического кризиса/инфляции, существуют ли особенности?
5. Реакция потребителей на рекламу. Ваши наблюдения.
6. Питер Друкер: «Маркетинг и инновации приносят доходы, все остальное можно отнести в статью «расходы». Ваше отношение к данному высказыванию.
7. Ценность для потребителей – знания, а не продукты.
8. Компания, развернутая лицом к потребителю. Опишите Ваше понимание такой организации.
9. Клиентская база, как инструмент повышения лояльности потребителей.
10. Поиск новых клиентов – гораздо более трудоемкий процесс, чем сохранение старых.

Раскрытие темы предполагает, что обучающийся проявит оригинальность решения проблемы, практичность, значимость и полезность предложенных идей, образность, яркость, художественную оригинальность изложения.

Эссе должно соответствовать критериям:

1. Раскрыта актуальность темы.
2. Проанализированы источники (не менее 4): монографии, учебники, статьи в периодических изданиях, электронные ресурсы. Дан их критический и сравнительный анализ.
3. Изложена авторская позиция относительно ситуации (процесса, явления), сформулировано собственное мнение по теме.
4. Обозначена практическая значимость вопроса и направлений его решения.
5. Объем эссе должен составлять не более 3 листов формата А4 (Times New Roman, 14 шрифт, 1,5 интервал).
6. Обязательно наличие списка использованных литературных источников.
8. Уникальность не менее 70 %.

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

Тема: "Примеры наиболее эффективных программ лояльности в сфере физической культуры и спорта"

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.

Зачет

Обучающийся имеет право на получение минимальной положительной оценки при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы в соответствии с графиком раздела 4.

Зачет по дисциплине предполагает сдачу электронного теста (не менее 15 баллов), подготовка презентации (не менее 5 баллов) и написание эссе.

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-4.4	ПСК-4.5	
2	4	Раздел 1. Модели поведения индивидуальных потребителей.	75	3	2	1	72	65	65	Эссе, Тест
2	4	Раздел 2. Способы формирования и методы выявления лояльности потребителей.	33	1	0	1	32	35	35	Презентация, Тест
Всего за 4 семестр			108	4	2	2	104	100	100	
Всего по дисциплине			108	4	2	2	104	100	100	