

План семинарских занятий по учебной дисциплине «Маркетинг спорта»

Семинарское занятие № 1 Тема «Социальные основы маркетинга»	
1. Определения понятий: нужда, потребность, запросы, маркетинговое предложение, товар, услуга, впечатления, обмен, сделка и отношения	Дайте определения основным категориям маркетинга - нужда, потребность, запросы, маркетинговое предложение, товар, рынок, услуга, впечатления, обмен, сделка и отношения
2. Краткая характеристика основных принципов маркетинга	Раскройте значение основных принципов маркетинга и связь маркетинга с экономической деятельностью организации.
3. Краткая характеристика основных видов маркетинга	Раскройте содержание основных видов маркетинга: маркетинг организаций, маркетинг отдельных лиц, маркетинг мест, маркетинг идей
Литература:	
1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.	
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.	
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.	
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.	

Семинарское занятие № 2 Тема «Маркетинг как управленческая технология»	
1. Определения понятий: «маркетинговая среда организации», «микросреда», «макросреда»	Дайте определения понятий «маркетинговая среда организации», «микросреда», «макросреда»
2. Краткая характеристика основных факторов микросреды функционирования организаций	Раскройте значение основных факторов микросреды функционирования организаций: организация, поставщики, клиентура, конкуренты, контактные аудитории.
3. Краткая характеристика основных факторов макросреды функционирования организаций	Раскройте влияние основных факторов макросреды функционирования организаций: демографическая среда, экономическая среда, природная среда, научно-техническая среда, политическая среда, культурная среда.
Литература:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с. 2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил. 3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с. 4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с. 	

Семинарское занятие № 3
Тема «Потребитель как субъект маркетинга»

1. Потребители товаров и услуг, их характеристика. Потребители конечного продукта, организации как потребители товаров и услуг	Охарактеризуйте категории потребителей в маркетинге. Опишите особенности поведения спортивных организаций как потребителей на рынке
2. Факторы, влияющие на поведение людей как покупателей и потребителей	Опишите факторы, влияющих на поведение потребителей на рынке
3. Процесс принятия решения о покупке. Характеристика этапов процесса принятия решения о покупке.	Раскройте содержание этапов процесса принятия решения при покупке

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 4
Тема «Товар как объект маркетинга»

1. Классификация товара.	Дайте определения понятий «товар», «продукт», «качество». Раскройте подходы к классификации товаров, значение классификации при разработке рыночной стратегии
2. Потребительские товары.	Раскройте сущность основных признаков классификации потребительских товаров, особенности классификации по характеру поведения потребителя. Сделайте анализ уровней представления товара
3. Товары промышленного назначения	Раскройте сущность основных признаков классификации товаров промышленного назначения

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 5
Тема «Маркетинг услуг»

1. Определение сервисного комплекса	Раскройте сущность сервисного комплекса, обозначьте факторы, влияющие на качество услуги
2. Основные принципы современного сервиса	Проанализируйте сущность основных принципов современного сервиса. Сделайте сравнительный анализ бренда и торговой марки в сфере услуг
3. Виды сервиса	Сделайте сравнительный анализ видов сервиса. Обоснуйте необходимость соблюдения принципов качественного сервиса в рыночной среде

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 6
Тема «Рынок как среда маркетинга»

1. Основные направления изучения рынка. Показатели анализа рынка.	Раскройте содержание понятия «рынок». Проанализируйте классификацию рынков
1. Виды маркетинга: массовый маркетинг, товарно-дифференцированный маркетинг, целевой маркетинг.	Проанализируйте виды стратегий маркетинга: массовый, дифференцированный, целевой
2. Понятие конкурентоспособность в маркетинговой деятельности Конкурентные преимущества	Опишите основные направления изучения рынка, показатели анализа рынка Раскройте понятие «конкурентоспособность» в маркетинговой деятельности
2. Параметры конкурентоспособности	Проанализируйте основные подходы к определению конкурентоспособности товара или услуги

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 7
Тема «Каналы распределения и ценообразование»

Уровни каналов распределения.	Опишите структуру канала распределения Раскройте сущность уровней каналов распределения
Формы распределения и их характеристика.	Дайте сравнительную характеристику форм распределения, особенности и преимущества
Основные этапы ценообразования.	Раскройте содержание этапов процесса ценообразования
Стратегии рыночного ценообразования	Проанализируйте применяемые стратегии рыночного ценообразования

Литература:

5. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
7. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
8. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 8
Тема «Средства продвижения товаров и услуг на рынок»

Виды продвижения: основные и дополнительные	Дайте характеристику существующим видам продвижения товаров и услуг, в системе маркетинговых коммуникаций
Цели и задачи продвижения	Раскройте значение продвижения в общем комплексе маркетинга Дайте сравнительную характеристику целей рекламы и мероприятий по стимулированию сбыта
Структура продвижения	Опишите структуру продвижения, основные приемы и подходы

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарские занятия № 9

Тема «Товарная политика физкультурно-оздоровительной и спортивной организации и ценообразование»

1. Маркетинг услуг и его специфика. Услуги в сфере физической культуры и спорта.	Раскройте особенности маркетинга услуг. Дайте характеристику услугам в сфере ФКиС.
2. Типология и характеристика услуг, производимых в сфере физической культуры и спорта.	Расскажите о типологии услуг, производимых в сфере ФКиС
3. Уровни представления товара или услуги ФКиС.	Опишите уровни представления товаров и услуг ФКиС
4. Рыночная атрибутика физкультурно-спортивных товаров и услуг. Бренды в спорте.	Охарактеризуйте значение рыночной атрибутики физкультурно-спортивных товаров и услуг.
5. Восприятие качества потребителем физкультурно-спортивных товаров и услуг. Связь цены и качества.	Расскажите, как происходит восприятие качества потребителем спортивных товаров.

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 10
Тема «Процесс создания нового товара»

1. Жизненный цикл товара с точки зрения маркетинга.	Раскройте содержание концепции жизненного цикла товара (услуги). Сделайте сравнительный анализ разных видов ЖЦТ
2. Фазы ЖЦТ и их характеристики Изменение принципиальных характеристик при прохождении услуги через фазы ЖЦТ	Проанализируйте этапы жизненного цикла товара. Сопоставьте изменение прибыли с изменением объема продаж
3. Маркетинговая тактика на разных фазах ЖЦТ	Раскройте содержание мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта на каждом этапе ЖЦТ Расскажите об особенностях формирования спроса на услуги ФКиС.

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 11

Тема «Сегментирование рынка товаров физической культуры и спорта»

1. Общая характеристика рынка. Классификация рынков.	Раскройте содержание понятия «рынок». Проанализируйте классификацию рынков.
2. Виды маркетинга: массовый маркетинг, товарно-дифференцированный маркетинг, целевой маркетинг.	Проанализируйте виды маркетинга: массовый, дифференцированный, целевой.
3. Сегментация рынка ФКиС, критерии сегментации. Сегментация рынка по группам потребителей, основные факторы сегментации.	Раскройте содержание понятия «сегментация» Опишите критерии сегментации рынка услуг ФКиС.
4. Особенности конкуренции на рынке физкультурно-спортивных товаров и услуг.	Раскройте содержание понятия «конкуренция». Расскажите об особенностях конкуренции на рынке услуг ФКиС.

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 12
Тема «Маркетинговые стратегии для сегментов рынка»

Сегментирование рынка	Выделите сегменты рынка на примере рынка услуг физической культуры и спорта. Опишите критерии сегментации рынка услуг ФКиС
Выбор целевых сегментов.	Дайте обоснование применённых критериев сегментирования рынка для конкретной физкультурно-оздоровительной или спортивной услуги
Позиционирование товара	Провести анализ маркетинговых возможностей целевого сегмента. Разработать концепцию позиционирования выбранной услуги

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 13

Тема «Потребители товаров и услуг физической культуры и спорта»

<p>1. Потребители товаров и услуг физической культуры и спорта, их характеристика. Спортивные организации как потребители товаров и услуг, производимых в сфере спорта.</p>	<p>Охарактеризуйте категории потребителей в маркетинге. Опишите особенности поведения спортивных организаций как потребителей на рынке</p>
<p>2. Факторы, влияющие на поведение людей как потребителей физкультурно-спортивных товаров и услуг.</p>	<p>Опишите факторы, влияющих на поведение потребителей услуг ФКиС</p>
<p>3. Процесс принятия решения о покупке. Характеристика этапов процесса принятия решения о покупке.</p>	<p>Дайте описание этапов процесса принятия решений при покупке. Приведите пример процесса принятия решения о приобретении физкультурно-оздоровительной или спортивной услуги</p>

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 14 Тема «Потребители товаров и услуг физической культуры и спорта»	
Модель поведения потребителя на рынке услуг физической культуры и спорта	На примере приобретения конкретной физкультурно-оздоровительной услуги постройте модель поведения потребителя.
Основные субъекты маркетинговых отношений в сфере услуг ФКиС	Разработайте комплекс маркетинговых действий по управлению поведением потребителя на основании модели
Характеристика и типы конечных потребителей услуг ФКиС	Опишите типы конечных потребителей услуг ФКиС
Литература:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с. 2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил. 3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с. 4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с. 	

Семинарское занятие № 15 Тема «Конкуренция на рынке товаров и услуг физической культуры и спорта»	
1. Основные подходы к оценке конкурентоспособности продукта	Дайте характеристику принципам определения конкурентных преимуществ
2. Методика оценки конкурентоспособности услуг ФКиС	Выделить доминирующие факторы, влияющие на создание конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг ФКиС
3. Рыночные стратегии: лидера рынка, претендента на лидерство, стратегия последователей.	Охарактеризуйте основные стратегии на рынке услуг ФКиС Сделайте анализ стратегических возможностей рынка ФКиС Республики Беларусь
Литература:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с. 2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил. 3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с. 4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с. 	

Семинарское занятие № 16

Тема «Ценообразование на рынке услуг физической культуры и спорта»

1. Процесс установления цены на услуги ФКиС	Раскройте экономическую сущность цены. Сформулируйте функции цены применительно к отрасли физической культуры и спорта
2. Приспособление цены на физкультурно-спортивные услуги. Стратегии ценообразования на рынке товаров и услуг физической культуры и спорта	Раскройте механизм восприятия потребителем качества спортивных товаров. Охарактеризуйте стратегии ценообразования применяемые на рынке товаров и услуг физической культуры и спорта

Литература:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил.
3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с.

Семинарское занятие № 17 Тема «Каналы дистрибуции в сфере физической культуры и спорта»	
Каналы дистрибуции спортивных товаров. Распределение физкультурно-спортивных товаров и услуг на рынок.	Раскройте содержание мероприятий по распределению физкультурно-спортивных товаров и услуг. Опишите функции каналов распределения.
Каналы дистрибуции для спортивных мероприятий. Управление каналами дистрибуции.	Дайте характеристику особенностям канала дистрибуции для спортивных мероприятий и канала дистрибуции билетов на спортивные соревнования. Приведите примеры канала дистрибуции при реализации билетных программ
Франчайзинг сущность, преимущества и недостатки. Формы франчайзинга, его использование в сфере ФКиС	Раскройте сущность понятия франчайзинга и его особенности на рынке услуг физической культуры и спорта
Литература:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с. 2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил. 3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с. 4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с. 	

Семинарское занятие № 18 Тема «Коммуникативная политика в маркетинге услуг физической культуры и спорта»	
1. Понятие продвижения товара, стоящая задача. Виды продвижения: основные и дополнительные.	Раскройте содержание понятия «продвижение товара». Расскажите о основных и дополнительных видах продвижения.
2. Цели продвижения культурно-спортивных услуг. Роль рекламы, ее цели и основные характеристики.	Расскажите об основных целях продвижения физкультурно-спортивных услуг. Расскажите о роли рекламы, ее целях. Дайте характеристики различным видам рекламы.
3. Личные продажи, их эффективность. Мероприятия «паблик рилейшнз». Основные средства стимулирования сбыта.	Расскажите о личных продажах, и их эффективности. Расскажите об основных средствах стимулирования сбыта.
4. Роль рекламы в продвижении культурно-оздоровительных услуг.	Опишите роль рекламы в продвижении физкультурно-оздоровительных услуг.
Литература:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2009. – 511 с. 2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 656 с.: ил. 3. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с. 4. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / М. М. Еншин ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – 2-е изд., испр. – Минск : БГУФК, 2005. – 229 с. 	

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ В РАМКАХ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1. Социальные основы маркетинга. Маркетинг в сфере некоммерческой деятельности.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо раскрыть виды маркетинга по различным объектам: маркетинг организаций, маркетинг мест, маркетинг идей, маркетинг лиц. Охарактеризовать отрасль ФКиС как социальную среду маркетинга.

2. Маркетинг как управленческая технология.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо раскрыть суть различных концепций управления маркетинговой деятельностью в организации и условия их реализации.

3. Потребитель как субъект маркетинга.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо дать подробную характеристику факторам, оказывающим влияние на поведение потребителя. А также дать общую характеристику применяемых в маркетинге теорий мотивации потребителя: теория мотивации А.Маслоу, Д.Шварца, А.Мескона, З.Фрейда.

4. Товар как объект маркетинга.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо описать классификацию товаров по признаку «Цель потребления» по группам «Потребительские товары» и «Товары промышленного назначения».

5. Маркетинг услуг.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо дать определение сервисного комплекса. Описать основные принципы современного сервиса, его виды.

6. Рынок как среда маркетинга.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо описать основные направления изучения рынка, показатели анализа рынка. Раскрыть понятие «конкурентоспособность» в маркетинговой деятельности. Описать параметры конкурентоспособности товара или услуги.

7. Каналы распределения и ценообразование.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо дать описание уровней каналов распределения. Дать характеристику форм распределения. Описать содержание этапов процесса ценообразования и применяемые стратегии рыночного ценообразования.

8. Средства продвижения товаров и услуг.

Задание выполняется в виде конспекта. В работе необходимо дать характеристику существующим видам продвижения товаров и услуг. Место и значение продвижения в общем комплексе маркетинга, его цели и задачи.

9. Процесс создания нового товара.

Задание выполняется в виде презентации. В работе необходимо рассмотреть особенности маркетинговых мероприятий на каждом этапе жизненного цикла товара, маркетинговую тактику на разных фазах ЖЦТ. Виды жизненных циклов товаров и услуг отрасли ФКиС. Особенности формирования прибыли на каждом этапе ЖЦТ.

10. Маркетинговые стратегии для сегментов рынка.

Задание выполняется в виде презентации. В работе необходимо на примере производства физкультурно-спортивных услуг выделить сегменты рынка, дать обоснование применённых критериев сегментирования рынка. Провести анализ маркетинговых возможностей целевого сегмента. Разработать концепцию позиционирования выбранной услуги.

11. Потребители физкультурно-спортивных товаров и услуг.

Задание выполняется в виде презентации. В работе необходимо на примере приобретения конкретной физкультурно-оздоровительной услуги

построить модель поведения потребителя. На основании модели разработать комплекс маркетинговых действий по управлению поведением потребителя.

12. Каналы дистрибуции в сфере ФКиС, организация канала дистрибуции.

Задание выполняется в виде презентации. В работе необходимо дать характеристику специфики каналов дистрибуции: спортивных товаров; билетов на спортивные соревнования; спортивных мероприятий. Разработать структуру канала и мероприятия по управлению каналом дистрибуции. Раскрыть возможности франчайзинга, применительно к конкретному товару или услуге в сфере ФКиС (по выбору студента