

Спортивный маркетинг

Аннотация

Цель программы дополнительного профессионального образования	Формирование и развитие системного комплекса знаний в области спортивного маркетинга. В программе рассматривается методологический инструментарий спортивного маркетинга, изучаются стратегии управления системой маркетинга в спортивной организации с учетом современных тенденций развития физической культуры спорта.
Целевая аудитория программы дополнительного профессионального образования	Лица с высшим и средним профессиональным образованием, работники и руководители физкультурно-спортивной организацией организаций, студенты и аспиранты, обучающиеся на педагогических направлениях подготовки
Количество часов	72 ч. (возможна корректировка учебного плана по требованиям Заказчика – от 16 часов)
Формы обучения	Очная, заочная с применением дистанционных технологий обучения

Учебно-тематический план на 72 часа

№ п/п	Наименование дисциплины/модуля	Общая трудоемкость, час	ЗЕ	Контактная работа с преподавателем, час	СРС	Текущая аттестация	
						форма контроля	Кол-во часов
1	Основы спортивного маркетинга	36	1,00	2	32	зачет	2
2	Управление системой спортивного маркетинга	34	0,94	2	30	зачет	2
4	Итоговая аттестация	2	0,06				
	Итого	72	2	4	62		4