

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)
Институт физической культуры и спорта

УТВЕРЖДАЮ:



Директор института

Гадалов А.В.

2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТЕ**

направление подготовки

49.03.01 Физическая культура

направленность (профиль) подготовки

Спортивный менеджмент

г. Владимир

Год 2021

ФС-121

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Предпринимательство в физической культуре и спорте» является:

- приобретение компетенций, необходимых для формирования у обучающихся умений и навыков в областях: -предпринимательства и управления физкультурно-спортивными организациями России в условиях рыночной экономики, совершенствования хозяйственного механизма деятельности физкультурных и спортивных организаций,

Задачи:

- изложить студенту в систематизированном виде основы предпринимательской деятельности в физической культуре и спорте;

- сформировать первичные управленческие понятия;

-оказание помощи в овладении навыками и приемами: «менеджмента» и «самоменеджмента» в области ФКиС; управления поведением подчиненных; организации и проведении физкультурно-массовых и спортивных мероприятий; самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Предпринимательство в физической культуре и спорте» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции <i>(код, содержание индикатора)</i>	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-1. Способен руководить физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельностью по месту работы, месту жительства и месту отдыха, а также в образовательных организациях	ПК-1.1. Знать основы экономики, организации труда и управления; методы календарного и сетевого планирования; порядок составления установленной отчетности. ПК-1.2. Уметь определять объем и достаточность инвентаря, оборудования и персонала для организации занятий, проведения спортивных мероприятий по месту работы, месту жительства и месту отдыха, а	ПК-1.1. Знает организационную структуру, типологию, функции, способы методы организационного спортивного менеджмента, его особенности. ПК-1.2. Умеет использовать навыки планирования, бухгалтерской отчетности, организационного менеджмента, корпоративной культуры в организации и проведение мероприятий в сфере ФКиС,	Тестовые вопросы. Ситуационные задачи. Практико-ориентированное задание. Тематические кроссворды.

	<p>также в образовательных организациях; ставить рабочие задачи подчиненным и добиваться их выполнения.</p> <p>ПК-1.3. Владеть способами определения наиболее эффективных способов осуществления физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой деятельности в соответствии с уставными целями физкультурно-спортивной организации, нормативными правовыми актами, распорядительными актами вышестоящей организации (собственника), а также уровнем обеспеченности инвентарем и оборудованием, кадрами</p>	<p>ставить рабочие задачи подчиненным и добиваться их выполнения.</p> <p>ПК-1.3. Владеет навыкам маркетинга, менеджмента и предпринимательской деятельности в различных сферах физкультурно-оздоровительной и спортивно-массовой деятельности.</p>	
<p>УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.</p>	<p>УК-9.1. Знать основы экономической теории и финансовой грамотности.</p> <p>УК-9.2. Уметь применять экономические знания при выполнении практических задач; принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.</p> <p>УК-9.3. Владеть навыками применения основных положений и методов экономических наук при решении социальных и профессиональных задач</p>	<p>УК-9.1. Знает основы предпринимательской деятельности.</p> <p>УК-9.2. Умеет составлять бизнес проекты, выполнять финансовую отчетность, способен принимать ответственность за решение социальных и профессиональных задач в сфере ФКиС..</p> <p>УК-9.3. Владеет навыками планирования, лицензирования профессионального и коммерческого спорта,</p>	<p>Тестовые вопросы.</p> <p>Ситуационные задачи.</p> <p>Практико-ориентированное задание. Тематические кроссворды.</p>

Итого по дисциплине	8		16	16			40	Зачет
---------------------	---	--	----	----	--	--	----	-------

Тематический план
форма обучения – заочная

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Тема 1. Введение в менеджмент физической культуры и спорта	10	1-2	1	1			7	
2	Тема 2. Типология физкультурных и спортивных организаций.	10	3-4	1	1			7	Рейтинг-контроль 1
3	Тема 3. Менеджмент в профессиональном и коммерческом спорте	10	5-6	1	1			7	
4	Тема 4. Эффективный менеджмент спортивного комплекса	10	7-8	1	1			7	
5	Тема 5. Структура и содержание бизнес-плана физкультурно-спортивной организации	10	9-10	1	1			7	Рейтинг-контроль 2
6	Тема 6. Основы предпринимательства в спорте	10	11-12	1	1			7	
7	Тема 7. Спортивное лицензирование	10	13-14		1			8	
8	Тема 8. Стратегия ценообразования в сфере	10	15-		1			8	Рейтинг-

	физическая культура и спорт		16						контроль 3
Всего за 6 семестр:		10		6	8			58	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине		10		6	8			58	Зачет

Тематический план

форма обучения - заочная на базе СПО

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия ¹	Лабораторные работы	в форме практической подготовки ²		
1	Тема 1. Введение в менеджмент физической культуры и спорта	6	1-2	1	1			10	
2	Тема 2. Типология физкультурных и спортивных организаций.	6	3-4	1	1			10	Рейтинг-контроль 1
3	Тема 3. Менеджмент в профессиональном и коммерческом спорте	6	5-6		1			10	
4	Тема 4. Эффективный менеджмент спортивного комплекса	6	7-8		1			10	
5	Тема 5. Структура и содержание бизнес-плана физкультурно-спортивной организации	6	9-10					15	Рейтинг-контроль 2

¹Распределение общего числа часов, указанных на практические занятия в УП, с учетом часов на КП/КР

²Данный пункт включается в рабочую программу только при формировании профессиональных компетенций.

6	Тема 6. Основы предпринимательства в спорте	6	11-12					15	
7	Тема 7. Спортивное лицензирование	6	13-14					15	
8	Тема 8. Стратегия ценообразования в сфере физическая культура и спорт	6	15-16					17	Рейтинг-контроль 3
Всего за 6 семестр:		6		2	4			102	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине		6		2	4			102	Зачет

Тематический план

форма обучения - заочная на базе ВПО

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Тема 1. Введение в менеджмент физической культуры и спорта	4	1-2	1				10	
2	Тема 2. Типология физкультурных и спортивных организаций.	4	3-4	1				10	Рейтинг-контроль 1
3	Тема 3. Менеджмент в профессиональном и коммерческом спорте	4	5-6	1				10	
4	Тема 4. Эффективный менеджмент спортивного комплекса	4	7-8	1				10	

5	Тема5. Структура и содержание бизнес-плана физкультурно-спортивной организации	4	9-10		1		15	Рейтинг-контроль 2
6	Тема 6. Основы предпринимательства в спорте	4	11-12		1		15	
7	Тема 7. Спортивное лицензирование	4	13-14		1		15	
8	Тема8. Стратегия ценообразования в сфере физическая культура и спорт	4	15-16		1		15	Рейтинг-контроль 3
Всего за 4 семестр:		4		4	4		100	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР								
Итого по дисциплине		4		4	4		100	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема1.Введение в менеджмент физической культуры и спорта

Содержание темы.Понятия о комплексе закономерностей, принципов и механизмов предпринимательской деятельности в менеджменте физкультурно-спортивной деятельности и организация ее в рыночных условиях.

Первичные управленческие понятия. Этапы развития теории и практики менеджмента. Понятие менеджмента. Формирование и эволюция отечественного спортивного менеджмента. Объект и субъект спортивного менеджмента

Тема 2. Типология физкультурных и спортивных организаций

Содержание темы.Основные признаки организационных структур; виды и классификация. Влияние этапов жизненного цикла организаций на эффективность их функционирования. Особенности менеджмента в спортивном клубе производственного предприятия, в школьном спортивном клубе, территориальном клубе и т.д., Технология создания спортивной организации в форме общественного объединения. имиджа первичной физкультурно-спортивной организации. Номенклатура учреждений дополнительного образования физкультурно-спортивной направленности, их цели и задачи. Система спортивных школ.

Тема 3.Менеджмент в профессиональном и коммерческом спорте

Содержание темы.Особенности правового статуса организаций профессионального спорта. Организационно-правовые формы организаций профессионального спорта и особенности менеджмента в них.Виды коммерческих организаций физкультурно-оздоровительной направленности и их статус: фитнес-клубы, физкультурно-оздоровительные центры и т.п. Особенности менеджмента в коммерческих организациях спортивно-оздоровительной направленности. Организационно-правовые формы организаций профессионального спорта. Предпринимательская деятельности виды коммерческих организаций физкультурно-оздоровительной направленности.

Тема 4. Эффективный менеджмент спортивного комплекса

Тема 4. Эффективный менеджмент спортивного комплекса

Содержание темы. Понятие основных принципов предпринимательской этики: ответственность, честь, достоинство. Этические нормы, принципы. Элементы деловой этики: моральные нормы общества, правила поведения, принципы делового общения, закономерности межличностных отношений, стиль руководителя, культура управления, деловая философия, служебные взаимоотношения, разрешение конфликтов. Честность, порядочность и надежность, взаимное доверие. уважение прав собственности: недопустимость нелегального использования чужой собственности принцип собственности, баланс взаимной выгоды при совершении сделок, корректное использование собственной деловой марки. Принцип профессионализма принцип «не навредить!», принцип соблюдения интересов клиента. Принципы честности и бескорыстия. Принцип коллегиальности.

Тема 5. Структура и содержание бизнес-плана физкультурно-спортивной организации

Содержание темы: Бизнес-плана физкультурно-спортивной организации. Структура и содержание бизнес-плана физкультурно-спортивной организации. Бизнес-план по торговле спортивными товарами. Цели спортивного спонсорства. Ценообразование. Структура бизнес-плана, принципы бизнес-плана. Цели спортивного спонсорства. Значение и задачи планирования работы по ФКиС. Законодательные акты планирования ФКиС. Физическая культура и спорт в образовательных учреждениях. Организация физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий. Охрана здоровья граждан при занятиях физической культурой и спортом.

Тема 6. Основы предпринимательства в спорте.

Содержание темы: Малый спортивный бизнес и некоторые формы предпринимательской деятельности. Доходы физкультурно-спортивных организаций от предпринимательской деятельности. Налоговое регулирование предпринимательской деятельности. Социально-педагогическая ответственность предпринимательства. Социально-экономическое регулирование предпринимательской деятельности в сфере ФКиС. Базовые формы спортивного предпринимательства: юридическое лицо как базовая организационная форма предпринимательства; индивидуальная трудовая деятельность; полное товарищество; смешанное товарищество. Индивидуально-трудовая деятельность в сфере ФКиС.

Тема 7. Спортивное лицензирование

Содержание темы: Создание организационных структур для различных фирм; подбор оптимальных вариантов ликвидации предприятия и его реорганизации. Уметь готовить пакет документации для процедуры лицензирования. Способы создания организации. Учредительные документы организации. Институционализация организации. Структура спортивной организации. Лицензия – специальное разрешение на вид деятельности. Способы ликвидации организаций.

Тема 8. Стратегия ценообразования в сфере физическая культура и спорт

Содержание темы: Содержание финансового менеджмента. Льготы по налогу. Цена и ценовая политика в маркетинговой деятельности ФКиС. Постановка задач ценообразования и выбор метода ценообразования. Стратегия ценообразования для существующих спортивных и новых товаров.

Регулирование ценообразования на спортивные товары. Ценообразование на спортивные товары и услуги. Финансовый анализ и инвестиции.

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1. Введение в менеджмент физической культуры и спорта.

Содержание занятий.

Задания

Вопросы для дискуссий и обсуждений

1. Происхождение и многозначный смысл понятий «менеджмент» и «спортивный менеджмент».
2. Соотношение понятий «менеджмент» и «управление».
3. Связь менеджмента с наличием профессиональных управляющих.
4. Перечислите управленческие функции в деятельности тренера, преподавателя, педагога физической культуры и спорта

1. Заполните таблицу 1.

Таблица 1

Сущностные характеристики менеджмента	Сущностные характеристики спортивного менеджмента

Практическое задание

Задача 1. Вы недавно назначены менеджером по кадрам. Вы еще плохо знаете сотрудников фирмы, сотрудники еще не знают вас в лицо. Вы идете на совещание к генеральному директору. Проходите мимо курительной комнаты и замечаете двух сотрудников, которые курят и о чем-то оживленно беседуют. Возвращаясь с совещания, которое длилось один час, вы опять видите тех же сотрудников в курилке за беседой. Вопрос. Как бы вы поступили в данной ситуации? Объясните свое поведение.

Задача 2. Вы начальник отдела. В отделе напряженная обстановка, срываются сроки выполнения работ. Не хватает сотрудников. Выезжая в командировку, вы случайно встречаете свою подчиненную — молодую женщину, которая уже две недели находится на больничном. Но вы находите ее в полном здравии. Она кого-то с нетерпением встречает в аэропорту.

Вопрос. Как вы поступите в этом случае? Объясните свое поведение.

Задача 3. Одна сотрудница высказывает другой претензии по поводу многочисленных и часто повторяющихся ошибок в работе. Вторая сотрудница принимает высказываемые претензии за оскорбление. Между ними возникает конфликт.

Вопрос. В чем причина конфликта? Определите конфликтную ситуацию. Ваши действия как менеджера?

Задача 4. Руководитель принял на работу специалиста, который должен работать в подчинении у его заместителя. Прием на работу не был согласован с заместителем. Вскоре проявилась неспособность принятого работника выполнять свои обязанности. Заместитель служебной запиской докладывает об этом руководителю...

Вопрос. Как бы вы поступили на месте руководителя? Проиграйте возможные варианты.

Задача 5. В ответ на критику со стороны подчиненного, прозвучавшую на служебном совещании, начальник начал придирается к нему по мелочам и усилил контроль за его служебной деятельностью.

Вопрос. В чем причина конфликта? Определите конфликтную ситуацию.

Тема 2. Типология физкультурных и спортивных организаций.

Содержание занятий.

Вопросы для дискуссий и обсуждений

1.

Задания

1. Заполните таблицу 1.

Таблица 1

Дисциплина	Предмет изучения	Круг проблем
	Нормы поведения, мораль человека общественной или профессиональной группы. Кодекс поведения, обеспечивающий нравственный характер взаимоотношений между людьми, который вытекает из их профессиональной этики	Совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности, осуществляемая субъектами в соответствии с действующими в стране (обществе) правовыми нормами (законами, нормативными актами), обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.
Предпринимательство		

Тема 3. Менеджмент в профессиональном и коммерческом спорте.

Содержание занятий.

Проверка знаний основных терминов по теме.

1. Составьте глоссарий, представив его в виде таблицы.

Таблица 1

Термин	Содержание
Менеджмент в спорте	
Предпринимательство	
	Понятие, конкретизирующее высшее благо как завершенное, самоценное, самодостаточное состояние жизни.
Спортивный маркетинг	

Задания

Практическое задание 1.**Задание: составить и заполнить таблицы:**

Термин.	Смысловое значение	Основные проблемы и идеи
---------	--------------------	--------------------------

Тема 4. Эффективный менеджмент спортивного комплекса**Содержание занятий.****Вопросы для дискуссий и обсуждений**

1. Эффективный менеджмент спортивного комплекса
2. Анализ эффективности управления спортивного комплекса на примере.
3. Структура управления спортивной школой.
4. Типы клубов и их классификация, принятая за рубежом.

Задания**1. Составить глоссарий, представив его в виде таблицы.***Таблица 1*

Название услуги в спортивном менеджменте	Содержание
	Это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурная услуга обеспечивает поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства.
Физкультурно-спортивные услуги	организация, осуществляющая деятельность в области спорта, целью которой является подготовка спортсменов, проведение спортивных мероприятий, образование или другой вид деятельности, связанной со спортом.
Предпринимательство в сфере спорта	способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях
Качество предоставления населению физкультурно-спортивных услуг.	вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей путем оказания индивидуальных услуг

Задания

Практическое задание 1. Постройте каналы взаимодействия с клиентами коммерческой спортивной организации. Проанализируйте, через какие каналы клиенты желают получать профессиональные ценности?

Практическое задание 2. Обоснуйте с этической точки зрения можно ли рассматривать спонсоров как стейкхолдеров спортивной организации. Ответьте на вопросы, какие ключевые ресурсы получает от них организация? Какие мероприятия они для вас делают?

Тестовые задания

Тест 1. Спортивный менеджмент – это:

- а) теория и практика эффективного управления физкультурно-спортивными организациями в рыночных условиях
- б) теория и практика эффективной деятельности по воспитанию спортсменов
- в) теория и практика эффективного описания физкультурно-спортивных организаций

Тест 2. К основным принципам менеджмента в физкультуре и спорте относятся

- а) демократического централизма, научности, плановости, иерархичности, экономичности и эффективности, ответственности
- б) иерархичности, принятия решений, организованности, стимулирования
- в) ответственности, демократичности, экономичности, плановости, эффективности, контроля.

Тест 3. Какая проблема не относится к нравственным и философским проблемам прикладной этики?

- а) продажа оружия;
- б) взаимоотношения человека и общества;
- в) смертная казнь;
- г) уличные драки, семейные ссоры;
- д) воспитание и образование детей.

Тема 5. Структура и содержание бизнес-плана физкультурно-спортивной организации

Содержание занятий.

Задание 1

Вопросы для дискуссий и обсуждений

1. Бизнес-план физкультурно-спортивной организации.
2. Цели спортивного спонсорства
3. Ценообразование на физкультурно-спортивные услуги
4. Значение и задачи планирования работы по ФКиС.
5. Организация физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий.

Задания

1. Заполните таблицу 1.

Таблица 1

Термин	Интерпретация термина
	Учение о долге и должном поведении личности (специалиста) в процессе выполнения им обязанностей (профессиональных).
Ценность	
	Учение о ее профессионально значимых, научно-обоснованных ценностях. Система ценностей, как человека, так и общества включает в себя ценности различных типов (групп). В ней представлены этические, и эстетические, духовно-интеллектуальные, и материально-вещные ценности.
Блага	
Ценностное отношение	
Ценностные ориентации	
Значимость	
Нормативность	
Целесообразность	
Полезность	

Решите ситуационную задачу

Ситуационная задача 1. Сделайте сегментирование рынка физкультурно-оздоровительных услуг. Выделите наиболее перспективные сегменты. Разработайте предложения по позиционированию физкультурно-оздоровительных услуг на эти сегменты.

Ситуационная задача 2. Предприниматель разделяет рынок сбыта на отдельные, отличающиеся между собой, сегменты для установления каждому сегменту соответствующего инструмента сбыта. Сегментирование осуществляется по объективным критериям, например, полу, возрасту, доходу, месту проживания, интересам покупателей. Примером может служить сегментирование рынка для велосипедов дорожного класса, критерий сегментирования - конструкция изделия

Тема 6. Основы предпринимательства в спорте

Содержание занятий.

Вопросы для дискуссии.

1. Какие навыки необходимы для успешной работы в многонациональном окружении.
2. Выделите основные элементы корпоративной культуры, раскройте смысл каждой из них.
3. Выделите основные способы классификации корпоративных культур.
4. Какими навыками, необходимыми для успешной работы в корпорации должен обладать любой член профессионального коллектива.
5. Какие можно выделить основные направления в процессе формирования корпоративной культуры?

Задания

1. Приведите в соответствие друг другу термины из двух колонок в таблице 1.

Таблица 1

<i>Термин</i>	<i>Содержание</i>
Легенды и мифы	Совокупность основных принципов деятельности организации, отражающих ее предназначение
Менталитет	Характер взаимоотношений членов организации
Обряд	Приукрашенная совокупность черт характера основателя организации
Обычай	Стандартное повторяющееся мероприятие, проводимое по специальному поводу
Организационные ценности	Форма восприятия из прошлого, без каких – либо изменений
Ритуал	Отраженные в законодательном виде истории организации
Стиль поведения	Ценности, обычаи, ритуалы, перенесенные из прошлого
Традиция	Образ мышления членов организации
Философия организации	Совокупность мероприятий, оказывающих психологическое воздействие на членов организации

Практическое задание 1. Определите преобладающий тип корпоративной культуры

Исходные данные и постановка задачи

Предложенные десять вопросов касаются разных сторон работы организации. По каждому вопросу подчеркните тот вариант ответа (А, Б, В или Г), который, по вашему мнению, лучше всего описывает вашу организацию. Вы должны делать свой выбор на основании реального положения дел в организации, а не исходя из того, как должно быть, или как хотелось бы вам. Если вам кажутся подходящими две формулировки, все равно выберите только одну, которая лучше описывает ситуацию в вашей организации.

1. Основное дело руководства — это ...

- а. Организация производства и поиск рынков сбыта
- б. Направлять работу и повышать эффективность
- в. Делегирование ответственности и координация работы подразделений
- г. Инновации, решение проблем и налаживание сотрудничества между людьми

Тема 7. Спортивное лицензирование

Содержание занятий

Вопросы для дискуссий и обсуждений

1. Общие сведения о фирменном стиле и товарных знаках.
 2. Понятие лицензирование.
 3. Создание лицензионной программы.
 4. Поиск и подбор возможных лицензиатов.
 5. Лицензионный договор. Лицензирование в действии. Лицензирование и спорт.
 6. Товарный ассортимент для ФКиС.
 7. Разработка нового спортивного товара.
 8. Товарный знак и его применение.
 9. Функции товарных знаков. Марка товара, марочное название, марочный знак.
- Правовая защита товарных знаков.

Задания

1. Составить глоссарий, представив его в виде таблицы.

<i>Термин</i>	<i>Элементы предпринимательской этики</i>
	Это одна из форм нравственных требований, регулирующих социальные моральные отношения, такие как «открытость» организации, подразумевающая прозрачность финансовых и других экономических сделок.
	Это нравственные предписания, устанавливающие порядок поступков человека, как в постоянных, так и в изменяющихся условиях. Иногда нравственные правила могут приходиться в противоречие с экономической выгодой. У добросовестного предпринимателя подобная дилемма решается в пользу морального выбора.
	Это связь и взаимозависимость объективно существующих явлений и процессов, возникающих во время деловых контактов. Законом
	Совокупность методов и приемов управления, присущих определенному типу руководителя. Как элемент деловой этики стиль руководства соотносится с определенными нравственными правилами поведения и принципами взаимоотношений с сотрудниками, партнерами, другими руководителями и подчиненными.
	Это общепризнанная манера поведения и правила учтивости, принятые в обществе. Наиболее серьезное влияние на формирование делового этикета оказали такие элементы светского этикета, как знакомства и представления, поведение дома, подарки сувениры, поведение на работе, этика досуга, поведение в обществе имидж и одежда
	Это совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых дипломатическим корпусом и персоналом. Многие правила дипломатического этикета оказали значительное влияние на этикетные нормы деловых отношений: визитная карточка, титулы и звания, виды приемов, а также их подготовка, проведение и завершение.
	Это способ общения и передачи информации от человека к человеку в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи. Эффективные коммуникации включают в себя вербальную и невербальную формы, деловые переговоры, деловые презентации и др
	Это один из разделов общей риторики, отражающий умения и навыки речевого общения в сфере деловых отношений. Деловая риторика включает в себя приемы и навыки техники речи, деловой беседы, публичного выступления, деловой дискуссии, делового совещания, собеседования, критики и самокритики, манипуляции в общении, искусства комплиментов.
	Это совокупность нравственно-деловых правил, регулирующих отношения сторон в торговле, коммерции, бытовом обслуживании и т.д.

Управленческая этика	
----------------------	--

Задания

Решите ситуационные задачи:

Ситуация 1. Представьте, что в вашей компании разрабатывается новая система выставления счетов на оплату за оказание спортивных услуг вашим клиентам. Встает вопрос о том, на какую сумму нужно увеличить оплату в месяц, чтобы не потерять клиентов. По одному из вариантов добавляется около 40% к общей стоимости оказания спортивных услуг, но существенно повышается качество информации в итоговой базе данных. В противном случае вы рискуете тем, что некоторые клиенты посчитают вашу цену излишне завышенной. Вложите ли вы дополнительные 40%? Какие факторы вы будете рассматривать при решении этого вопроса? На сколько, они этичны по отношению к вашим клиентам.

Ситуация 2. Аким Андреевич для вас больше, чем босс. Он тот, кто способствовал вашему быстрому продвижению на новом месте работы. Вы часто вместе обедаете и даже играете в теннис. Однажды за столом, говоря об ожидаемом обновлении компьютеров, он упоминает, что компания *XYZ Computer* выделила ему 1000 долл. на "благие цели". Иван Геннадиевич просит забыть об этом. Две недели спустя вы узнаете, что заключен контракт с компанией *XYZ* несмотря на то, что цена, предложенная компанией *ABC Computer*, ниже и у вашей компании в прошлом были проблемы с надежностью продуктов *XYZ*. Сообщите ли вы вышестоящему начальнику о поступке Ивана Геннадиевича? Почему?

Тема 8 Стратегия ценообразования в сфере физическая культура и спорт.

Вопросы для дискуссий и обсуждений

1. Кто может стать потенциальным потребителем следующих товаров:
2. Перечислите проблемы, с которыми может столкнуться спортивная организация, не занимающаяся маркетингом.
3. Объясните, что вы понимаете под задачами выявления, удовлетворения и возобновления потребностей с позиций маркетинга. Как они связаны между собой?
5. Приведите несколько примеров товаров связанных с занятиями физической культурой и спортом, потребление которых будет определяться каждым из перечисленных факторов:
6. Вы специалист по маркетингу в фирме. Какие цели вы сформулируете для себя при изучении рынка, если вам предложат:
7. Расскажите с позиций маркетолога смысл понятия, скрывающийся за словами потребителя о "недорогом" тренажере, "комфортабельной" гостинице, "уютном" физкультурно-оздоровительном клубе.
8. Выделите типы покупательских нужд (заявленных, действительных, незаявленных, приятных, тайных).
9. Охарактеризуйте пять концепций маркетинговой деятельности организаций с учетом особенностей сферы ФКиС.

Задания

1. Составить глоссарий «Нормы этикета», представив его в виде таблицы.

Таблица 1

<i>Термин</i>	<i>Содержание</i>

(по результатам работы исследовательской мини-группы (дискуссии))

Цель дискуссий состоит в том, чтобы, во-первых, приобрести навыки проведения дискуссий, во-вторых, овладеть методологией анализа социально-экономических проблем, в-третьих, научиться применять эту методологию для анализа названных проблем, в-четвертых, воспитать чувство уважения к другому мнению, в-пятых, выработать навыки к совместной интеллектуальной работе.

Схема проведения дискуссии

1. В одно и тоже время года многие розничные торговцы проводят сезонные распродажи. Примерами могут быть "летняя распродажа", "рождественская распродажа", "новогодняя распродажа". Почему некоторые торговцы проводят эти распродажи каждый год? Может быть эффективнее проводить распродажи не в традиционное время, чтобы отличаться от конкурентов? Почему? Насколько вообще эффективны стратегии установления цен со скидками и зачетами.
2. В практике ценообразования на спортивные товары и физкультурно-оздоровительные услуги найдите примеры несоответствия цены и качества спортивного продукта, объясните их.
3. Сформулируйте логически и сопоставьте два процесса: процесс выбора потребителями спортивного продукта на основании цены; процесс выбора потребителями спортивного продукта на основании предпочтения марки; процесс выбора потребителя спортивного продукта на основании мнений и суждений других потребителей. Как взаимосвязаны эти процессы?

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Задания к рейтинг-контролю:

Вопросы к рейтинг-контролю № 1:

Проблемные вопросы для обсуждения

1. Перечислите основные подходы и школы, которые принято выделять в рамках современной классификации управленческих теорий.
2. В чем принципиальное различие между административной школой и школой научного управления?
3. В чем заключались основные изменения подхода к управлению, связанные со «школой человеческих отношений»?
4. Какие основные рекомендации менеджерам были сформулированы в рамках школы «человеческих отношений»?

Тестовое задание

Тест 1. Управление физической культурой и спортом представляет собой:

- а) управление подготовкой спортсменов
- б) систему конкретных форм и методов сознательной деятельности, направленной на обеспечение эффективного функционирования отрасли физической культуры и спорта
- в) функцию определения систем, обеспечивающих поддержание их режима деятельности
- г) управление в сфере социальной жизни

Тест 2. Зарубежные специалисты понятие «менеджмент» трактуют как:

- а) эффективное использование ресурсов
- б) административная единица
- в) административные навыки
- г) управление в конкретной организации, «внутрифирменное управление»

Тест 3. Дайте наиболее правильное определение понятия «спортивный менеджмент»:

- а) область знаний, помогающая осуществлять эффективное управление
- б) система организации управления производственной деятельностью
- в) теория и практика эффективного управления физкультурно-спортивными организациями в рыночных условиях
- г) социальный слой людей, осуществляющих работу по управлению

Тест 4. Спортивные менеджеры должны:

- а) быть профессионально подготовленными в области управления
- б) разбираться в специфике отрасли «физическая культура и спорт»
- в) ориентироваться на персонал физкультурно-спортивной организации
- г) А+Б+В

Тест 5. Какой продукт производится в отрасли «Физическая культура и спорт»?

- а) нематериальный
- б) зрелища
- в) услуги
- г) спортивные достижения

Тест 6. Кто был основателем школы человеческих отношений?

- а) У.Тейлор;
- б) Э.Мито;
- в) А.Файоль

Тест 7. Что является объектом изучения менеджмента?

Отдельные подразделения организации.

1. Вся структура организации.
2. Экономические и социальные процессы.
3. Организации и процессы, которые в них осуществляются.

Тест 8. Школа научного управления предполагает:

1. Наличие в каждой организации научно-исследовательского подразделения.
2. Ведение бизнеса с помощью нормативов, установленных путем систематических наблюдений, экспериментов и логических рассуждений.
3. Использование в бизнесе последних достижений науки и техники
4. Неиспользование в управлении интуитивных, ненаучных методов.

Тест 9. В рамках функциональной (классической) школы управления были разработаны:

1. Теории «х» и «у».
2. Классические методы и модели управления.
3. Этические принципы предпринимателей.
4. Принципов менеджмента

Тестовое задание

Тест 1. Мотивация, основанная на воздействии через морально-нравственные интересы с помощью педагогических и социально-психологических методов называется:

- 1) материальная мотивация;
- 2) социальная мотивация;
- 3) властная мотивация;
- 4) все ответы верны.

Тест 2. К экономическим методам спортивного менеджмента относят:

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____

Тест 3. Нормативно-экономический метод спортивного менеджмента заключается в:

- 1) прямом целевом финансировании ФСО, научно-исследовательских работ в области ФКиС, подготовке и выступлении в соревнованиях сборных команд России;
- 2) установлении финансовых нормативов расходов на различные виды спортивной работы;
- 3) нормировании оплаты труда работникам физкультурно-спортивной сферы за одного занимающегося.

Тест 4. Какой из методов регламентирующего воздействия является наиболее мягким способом организационного воздействия:

- 1) нормирование;
- 2) инструктирование;
- 3) организационное регламентирование;
- 4) дисциплинарное воздействие.

Тест 5. Из нижеперечисленных методов спортивного менеджмента выберите те, которые относятся к группе созидających и тормозящих методов управления:

- 1) метод упражнения;
- 2) метод приучения;
- 3) метод одобрения и поощрения;
- 4) метод осуждения и наказания;
- 5) метод дисциплинарное воздействие.

Тест 6. Выплату премий тренерам и спортсменам по итогам выступлений на соревнованиях можно отнести к:

- 1) экономическим методам спортивного менеджмента;
- 2) методам морального стимулирования;
- 3) методам одобрения и поощрения.

Тест 7. Постановляющая часть управленческого решения по ФКиС содержит :

- 1) характеристику состояния дел по соответствующему вопросу;
- 2) план основных мероприятий;
- 3) перечисление предписываемых действий, путей, методов и необходимых для этого ресурсов;
- 4) данные о руководителе, принявшем данное решение

Тест 8. Миссия организации – это:

- А. получение прибыли;
- Б. определение бизнеса

Тест 9. Упорядочите последовательность сменяющих друг друга общих функций менеджмента:

- А. мотивация

- Б. организация
- В. планирование
- Г. контроль
- Д. координация

Тест 10. В каком планировании отводится важное место анализу перспектив организации, рискам, возможностям, которые способны изменить сложившиеся и существующие тенденции?

- А. перспективном;
- Б. стратегическом;
- В. тактическом;
- Г. общем планировании

Тест 11. Верно ли, что миссия организации понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации?

- А. да;
- Б. нет.

Тест 12. Из перечисленных элементов выберите те, которые включаются в содержание миссии физкультурно-спортивной организации:

- А. развитие, совершенствование и популяризация вида спорта в стране, крае, городе, районе;
- Б. пропаганда вида спорта среди населения;
- В. развитие материально-технической базы вида спорта;
- Г. проведение политики в городе (крае) в области физической культуры и спорта;
- Д. увеличение количества занимающихся физической культурой и спортом;
- Е. защита социальных и трудовых прав членов спортивного клуба.

Тест 13. Выберите из перечисленных видов вознаграждения то, которое служит удовлетворению первичных потребностей:

- А. повышение в должности;
- Б. общественное признание;
- В. поручение интересной работы;
- Г. премия.

Тест 14. Общие и конкретные функции менеджмента в спортивной организации:

- А. действуют в единстве, образуя определенный организационно-технологический процесс;
- Б. дополняют друг друга;
- В. обособляются в процессе разделения труда.

Тест 15. Перепоручение заданий подчиненным руководителем называется:

- А. перекалыванием ответственности на подчиненного;
- Б. делегированием полномочий;
- В. повышение профессиональной компетентности подчиненного

Тест 16. Какие функции менеджмента различают?

- А. главные и второстепенные
- Б. основные и конкретные
- В. первичные и вторичные
- Г. организации и контроля

Тест 17. Основными функциями менеджмента в физической культуре и спорте являются:

- А. организация и планирования
- Б. планирование и контроль
- В. контроль и координирование
- Г. планирования, организация, мотивация, контроль, координирование и подготовка кадров

Тест 18. К конкретным функциям менеджмента в физической культуре и спорте относятся:

- А. подготовка спортсменов высокой квалификации
- Б. физической воспитание молодёжи, организации физкультурно-спортивной работы с населением, подготовка высококвалифицированных спортсменов, подготовка спортивного резерва, производства спортивных товаров
- В. осуществление международных спортивных связей
- Г. научное и методическое обеспечение физического воспитания и спорта

Рейтинг-контроль № 3
Тестовое задание

Тест 1. Родиной спортивного маркетинга является:

- А) Канада
- Б) Англия
- В). США
- Г) Япония

Тест 2. В чем состоит ограничение возможностей применения маркетинга в спортивных организациях России в современный период:

- А) на незрелом рынке возможен только незрелый маркетинг
- Б) квалифицированный маркетинг может быть осуществлен только под руководством зарубежных специалистов
- В) маркетинг в отечественном спорте пока чисто теоретическая дисциплина и станет, необходим по мере выхода экономики России на уровень развитых стран.

Тест 3. Маркетинговая модель не является (укажите лишнее):

- А) комплексом принципов управления
- Б) инструментом для рыночных прогнозов
- В) идеальным типом экономической деятельности на рынке
- Г) объяснением, как функционирует рынок и его отдельные сегменты

Тест 4. К основным принципам маркетинга не относится следующее (укажите лишнее):

- А) целью маркетинга является достижение фирмой наиболее высокой прибыли
- Б) залогом достижения целей спортивных организаций служит определение нужд и потребностей целевого рынка и наиболее эффективное их удовлетворение
- В) маркетинг ориентирован на предвосхищение изменений ситуации и управлению

Тест 5. Стратегический маркетинг не может быть определен как (укажите):

- А) подход, аккумулирующий все новые черты и тенденции 80х90х годов: активность, интегрированность, перспективность, эффективность.
- Б) маркетинг, основывающийся на результатах анализа и прогноза существенных условий окружающей среды, сильных и слабых сторон собственной деятельности и деятельности конкурентов
- В) современный маркетинг, предполагающий в центре планирования всех усилий исключительно конкретного потребителя.

Тест 6. Какое из этих положений раскрывает взаимоотношения спортивного маркетинга и спортивного менеджмента:

- А) спортивный маркетинг это один из подходов, а менеджменте спорта
- Б) спортивный менеджмент это важный компонент спортивного маркетинга
- В) верно и "а" и "б".

Тест 7. Недифференцированный маркетинг - это:

- А) работа на обширном рынке и разработка единой программы маркетинга ко всем сегментам рынка;
- Б) работа на нескольких сегментах рынка и для каждого из них разработка программы маркетинга;

В) работа на одном сегменте рынка и разработка для него конкретной программы маркетинга.

Тест 8. Концепция социальноответственного маркетинга может быть определена как:

А) современный маркетинг, предполагающий в центре планирования всех усилий конкретного потребителя;

Б) установление нужд и потребностей, интересов целевых рынков, и удовлетворение потребителей более эффективными способами при укреплении благополучия потребителя и общества в целом;

В) комплекс приемов поведения предпринимателей на рынке;

Г) результат целенаправленной работы профессионалов маркетологов на фирме.

Тест 9. Определение маркетинга:

А) Это стратегия фирмы, ориентируемая на общность интересов и предпочтений покупателей, а не на различия в нуждах и отношениях.

Б) Это один из главных элементов рыночной стратегии фирмы.

В) Это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена.

Тест 10. Функции маркетинга:

А). Аналитическая – изучение рынка, потребителей, товарной структуры, конкурентов и т. п.;

Б) Производственная – организация производства новых товаров, разработка и внедрение новых технологий, организация материально-технического снабжения, обеспечение высокого качества и конкурентоспособности продукции;

В) Сбытовая – организация каналов сбыта, системы формирования спроса и стимулирования сбыта, системы транспортировки и хранения, проведение ценовой политики, реклама;

Г) Управленческая – организация стратегического и оперативного планирования, информационное обеспечение маркетинга, организация системы коммуникаций, контроль маркетинга.

Д) Все выше перечисленное.

Тест 11. Какие виды процедур содержит технология создания физкультурно-спортивной организации:

А) формальные и неформальные

Б) основные и дополнительные

В) первичные и вторичные

Г) экономические и технологические

Тест 12. В группу основных процедур технологии создания физкультурно-спортивной организации входит:

А) выбор организационно правовой формы, институционализация, лицензирование

Б) получение информации и оформление документации

В) выбор средств и способов финансирования

Г) получение лицензии

Тест 13. Является ли отказ в государственной регистрации общественного объединения препятствием для повторной подачи документов?

А) является

Б) не является

В) не является, если устранены основания, вызвавшие отказ

Г) такие случаи законом не оговариваются

Тест 14. Деятельность каких физкультурно-спортивных организаций подлежит лицензированию?

А) негосударственных организаций и индивидуальных предпринимателей

Б) государственных предприятий

В) государственных и коммерческих предприятий

Г) индивидуальных предпринимателей

Тест 15. Решение о выдаче или отказе в выдаче лицензии принимается лицензионной палатой в течение:

А) семь дней со дня подачи заявлений

Б) 30 дней со дня подачи заявления

В) двух месяцев со дня подачи заявления

Г) шести месяцев со дня подачи заявления

Тест 16. Маркетинговое исследование это:

А) исследование маркетинга

Б) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации

В) сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем

Тест 17. Вторичные данные в маркетинге.

А) перепроверенная информация

Б) второстепенная информация

В) информация, полученная из посторонних источников

Г) информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями

Тест 18. Сегментирование рынка это:

А) разделение рынка на отдельные части (сегменты)

Б) деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса

В) стратегия выборочного проникновения на рынок

Тест 19. Какие факторы не относятся к географическому принципу сегментирования (укажите лишнее):

А) плотность населения;

Б) климат;

В) регион, город;

Г) возраст.

Тест 20. Поведенческие признаки сегментирования это (укажите лишнее):

А) повод для совершения покупки;

Б) искомые выгоды;

В) интенсивность потребления;

Г) уровень доходов;

Д) статус пользователя.

5.2. Промежуточная аттестация

Итогом освоения дисциплины является зачет.

Вопросы для подготовки к зачету.

1. Типовая структура и основное содержание бизнес-плана.
2. Основные понятия спортивного маркетинга. Общие термины.
3. Основные принципы спортивного маркетинга.
4. Основные направления деятельности маркетинга спортивных организаций.
5. Физическая культура и спорт как социальная сфера услуг.
6. Особенности рынка услуг физической культуры и спорта.
7. Субъекты маркетинга в сфере физической культуры и спорта и их функции.
8. Маркетинговые функции предприятий, организаций, учреждений – потребителей услуг физической культуры и спорта.
9. Посреднические структуры на рынке услуг физической культуры и спорта.

10. Маркетинговые функции субъектов-посредников.
11. Основные объекты маркетинговой деятельности.
12. Типология услуг отрасли ФКиС.
13. Характеристики и типы субъектов, формирующих предложение, оказывающих и продающих услуги ФКиС.
14. Типология услуг отрасли ФКиС. Характеристики и типы потребителей услуг ФКиС.
15. Сущность маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности.
16. Социальный характер маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности.
17. Основные принципы маркетинга. Принципы суверенитета потребителей, концентрации усилий, понимания услуг отрасли ФКиС.
18. Составные спортивного маркетинга. Меценатство и спонсорство.
19. Составные спортивного маркетинга. Лицензирование.
20. Составные спортивного маркетинга. Рекламная деятельность.
21. Понятие, содержание и основные процедуры сегментации рынка.
22. Сегментация рынка услуг по типам потребителя.
23. Сегментация рынка по параметрам услуг ФКиС.
24. Сегментация по конкурентам.
25. Критерии оценки и выбора целевых сегментов рынка услуг.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ФОК, физкультурно-оздоровительного центра и др.
2. Выработка управленческого решения по физической культуре и спорту.
3. Государственная политика России в области ФКиС.
4. Деловой портрет спортивного менеджера.
5. Историческая эволюция управления ФКиС в России.
6. Маркетинг вида спорта.
7. Маркетинг спортивного мероприятия.
8. Маркетинг физкультурно-спортивной организации.
9. Маркетинговое исследование спроса населения на физкультурно-спортивные услуги.
10. Менеджмент в зарубежном спорте.
11. Менеджмент в спортивной федерации (союзе, ассоциации).
12. Менеджмент в спортивной школе.
13. Менеджмент в профессиональном спортивном клубе.
14. Менеджмент в спортивном клубе.
15. Менеджмент на спортивном сооружении.
16. Менеджмент в физкультурно-спортивном комплексе (спортивно-оздоровительном центре).
17. Меры государственной поддержки физической культуры и спорта в рыночных условиях.
18. Методика подготовки организационно-распорядительных документов в спортивной организации и организация делопроизводства.
19. Мотивация как функция спортивного менеджмента.
20. Научная организация труда в спортивной организации.
21. Организационные конфликты в спортивных организациях: сущность, формы и способы их разрешения.
22. Организация комплексных спортивных соревнований.
23. Организация работы городского (районного) комитета по ФКиС.
24. Подготовка спортивных менеджеров за рубежом.
25. Продвижение как функция маркетинговой деятельности спортивной организации.
26. Реклама и создание имиджа физкультурно-спортивной организации.
27. Реклама спортивных товаров.
28. Технология создания физкультурно-спортивной организации.
29. Спортивная реклама в печатных средствах массовой информации.

30. Спортивная реклама в электронных средствах массовой информации.
31. Сценарий открытия и проведения физкультурно-спортивного мероприятия
32. Ресурсное обеспечение спортивного мероприятия.
33. Финансовый менеджмент в физкультурно-спортивной организации.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Наличие в электронном каталоге ЭБС	
Основная литература*			
1.Рубин, Ю. Б. Курс профессионального предпринимательства [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Б. Рубин. - 12-е изд., перераб. и доп. - М.: МФПУ Синергия, 2012. - 944 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-4257-0072-8-	2019	http://www.iprbookshop.ru/83263.html	
2.Тимофеева, А. А. История предпринимательства в России [Электронный ресурс] : учеб.пособие / А. А. Тимофеева. - 2-е изд., стереотип. - М. : ФЛИНТА, 2011. - 268 с. - ISBN 978-5-9765-1218-4.-	2018	http://www.iprbookshop.ru/75205.html	
3.Шеменева, О. В. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Под ред. О. В. Шеменева, Т. В. Харитоновой. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2012. - 296 с. - ISBN 978-5-394-01147-4.-	2018	http://znanium.com/catalog/product/1069147	
4.Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: Учебное пособие / Под ред. В.Я. Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 349 с.:	2016	http://znanium.com/catalog/product/937390	
Дополнительная литература			
1. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Под ред. О. В. Шеменева, Т. В. Харитоновой. — М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2014. — 296 с. - ISBN 978-5-394-01147	2019	http://www.iprbookshop.ru/79824.html	
2.Предпринимательство: Учебник / М.Г. Лапуста. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 384 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование:Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006602-8-	2016	http://znanium.com/catalog/product/536592	
3.Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие / Кошечкина И.П., Канке А.А. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 304 с.	2019	http://e.lib.vlsu.ru/bitstream/123456789/7985/1/01859.pdf	
4.Бороздина, Г. В. Психология и этика деловых отношений : учебное пособие / Г. В. Бороздина. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015. — 228 с. — ISBN 978-985-503-500-9	2020	http://dspace.www1.vlsu.ru/handle/123456789/8626	

6.2. Периодические издания

Название	Режим доступа
Экономика и предпринимательство	http://vphil.ru/
Предпринимательство и спорт	http://www.philos.msu.ru/science/vestnik
Спорт. Бизнес. Консолинг	http://iph.ras.ru/hp.htm

6.3. Интернет-ресурсы

Вся необходимая научная и учебно-методическая литература имеется в Интернете по адресу:

Название	Режим доступа
ЭБС Консультант Студента	:http://www.studentlibrary.ru/
ЭБСIPRbooks:	http://www.iprbookshop.ru
ЭБС	h http://znanium.com
Интернет-сервис "Антиплагиат"	https://vlsu.antiplagiat.ru/
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://www.elibrary.ru/defaultx.asp

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа. Занятий практического типа.

Практические работы проводятся в аудиториях, оснащенных мультимедийным оборудованием.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения Microsoft Office.

Рабочую программу составила к.филос. н.
Доцент кафедры ФиР _____



Арсенина О.В.

Рецензент
(представитель работодателя)

д. пед. наук
доцент каф. социально-гуманитарных дисциплин
Владимирского филиала Российской академии
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации



Плекханов Е.А.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ФиР
Протокол № 11-а от 17.06.2021 года
Заведующий кафедрой ФиР
д.филос. н., профессор _____



Аринин Е.И.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 49.03.01 Физическая культура
Протокол № 1 от 30.08.2021 года
Председатель комиссии
Зав. кафедрой теоретических и медико-биологических основ физической культуры
д.биол.н., профессор _____



Батоцыренова Т.Е.

