

2015

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



УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по учебно-методической работе


А.А. Панфилов
« 30 » 11 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Предпринимательство в физической культуре и спорте»

Направление подготовки - 49.03.01 «Физическая культура»

Профиль подготовки - «Спортивный менеджмент»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения - очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед, час.	Лекций час.	Практич. занятий, час.	Лаб. час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
5 сем.	2зач.ед. 72 час.	18	18	-	36	Зачет
Итого	2зач.ед. 72 час.	18	18	-	36	Зачет

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Предпринимательство в физической культуре и спорте» соотнесенными с общими целями ОПОП ВО является:

- раскрытие сущности и обоснование необходимости предпринимательского подхода в осмыслении и организации профессиональной научной и практической деятельности, формирование у студентов целостного представления о профессионально значимых в спортивной работе предпринимательских основ, нормах и ценностях, основ этико-профессиональных основ, мышления в сфере спорта, что должно способствовать личностному и профессиональному развитию будущих бакалавров физической культуры и спорта.

Задачами курса:

- формирование четких представлений о предпринимательских основах спортивного менеджера, тренера, преподавателя физической культуры;
- раскрытие профессионально значимых ценностей;
- знание сущности, типологии предпринимательских оснований в спорте;
- определение профессионально-этических требований к профиограмме спортивного работника в целом и предпринимательской деятельности в спорте в частности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Предпринимательство в физической культуре и спорте» относится к вариативной части Блока 1. Курс «Предпринимательство в физической культуре и спорте» знакомит с профессионально-этическими основами предпринимательской деятельности в сфере спорта, которые являются неотъемлемой компонентой в профессиональной деятельности спортивного работника.

Программные положения курса базируются на знании общей, социальной психологии, экономики, политологии, философии, логики, педагогики, этики и права. Освоение дисциплины «Этика предпринимательства» способствует изучению следующих дисциплин: «Конфликтология», Социология физической культуры и спорта», «Спортивный маркетинг».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Курс «Предпринимательство в физической культуре и спорте» позволяет сформировать следующие компетенции и продемонстрировать общекультурные компетенции ОПОП, реализующей ФГОС ВО:

- способность использовать различные основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности – ОК-3

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- цели, стратегию, принципы и функции предпринимательской деятельности в физкультурно-спортивных организациях (ОК -3).
- глубокое понимание сущности и социальной значимости предпринимательской деятельности
- современные технологии спортивного предпринимательства
- экономические отношения в сфере спорта

- Уметь:

- формулировать и решать задачи в ходе профессиональной деятельности
- уметь использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности
- применять полученные знания предпринимательства и менеджмента в сфере спорта (ОК -3).

Владеть:

- владения приемами "маркетинга", "менеджмента" и "самоменеджмента"; принятия маркетинговых решений в области ФКиС; управления поведением подчиненных;
- владеть навыками в организации и проведении физкультурно-массовых и спортивных мероприятиях;
- владеть навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии;
- владеть навыками поиска, сбора, систематизации и использования информации, практически использовать средства организационной и вычислительной техники;
- владение методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов в области маркетинга и оценки их состояния по

потенциальным возможностям экономического, социального и организационного развития;

- планирования и прогнозирования развития ФКиС на местном, региональном и федеральном уровнях(ОК -3).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Предпринимательство в физической культуре и спорте» Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. ед. 72 часа

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Объем учебной работы с применением интерактивных методов (в часах / %)							Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра, форма промежуточной аттестации (по семестрам))
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Тема 1. Сущность, функции, предпринимательства. Субъект и объект предпринимательской деятельности. Типология.	5	1-2	2	2			4		2/50	
2	Тема 2. Виды предпринимательства. Предпринимательская среда. Признаки предпринимательства.	5	3-4	2	2			4		2/50	
3	Тема 3. Предпринимательство в сфере спорта: цели и задачи.	5	5-6	2	4			4		2/50	Рейтинг-контроль1
4	Тема 4. Категории предпринимательских услуг в сфере спорта.	5	7-8	2	2			4		2/50	
5	Тема 5. Принципы и условия создания собственного дела. Выбор сферы деятельности.	5	9-10	2	2			4		2/50	
6	Тема 6. Основы управления организацией в современном предпринимательстве. Бизнес-план и его роль в	5	11-12	2	2			4		2/50	Рейтинг-контроль2

	современном предпринимательстве									
7	Тема 7. Физическая культура и спорт в структуре современного рынка.	5	13-14	2	2		4		2/50	
8	Тема 8. Дифференциация спортивных услуг в предпринимательской деятельности.	5	15-16	2	2		4		2/50	
9	Тема 9. Классификация стилей лидерства	5	17-18	2	2		4		2/50	Рейтинг-контроль3
	ИТОГО ЗА ДИСЦИПЛИНУ:	5	1-18	18	18		36		18/50	зачет

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении дисциплины «Предпринимательство в ФКС» в соответствии с требованиями ФГОС ВО используются в учебном процессе интерактивные формы проведения занятий: мультимедийные лекции, деловые игры. Удельный вес занятий проводимых в интерактивных формах составляет 18 часов, или 50%.

Для проверки знаний проводится 3- рейтинг-контроля по вариантам. В конце семестра студенты сдают зачет.

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

Рейтинг – контроль 1

Тест 1. Продукт в спортивном маркетинге это:

- А) результат исследований разработок и производства
- Б) продукт деятельности, который становится товаром в момент существования по его поводу сделки купли-продажи
- В) физические осязаемые спортивные товары, спортивные и физкультурно-оздоровительные услуги, отдельные лица и знаменитости, места проведения соревнований, идеи в области спорта и физической культуры

Тест 2. Качество спортивного продукта в маркетинге это:

- А) совокупность физических, химических, эргономических, других измеряемых характеристик изделия
- Б) степень успешности решения проблем потребителей
- В) характеристика конкурентоспособности продукта степень его отличия от продуктов конкурентов

Тест 3. Что является базой для успеха спортивного товара

- А) уровень товара по замыслу
- Б) характеристики товара в реальном исполнении
- В) предложение товара с подкреплением

Тест 4. Жизненный цикл товара это:

- А) процесс развития продаж товара и получения прибылей
- Б) совокупность стадий внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж
- В) интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара

Тест 5. В жизненном цикле товара на стадии внедрения:

- А) необходимо сразу продемонстрировать широкий ассортимент внедряемой товарной группы
- Б) прибыль от продаж товара находится на минимуме
- В) нет необходимости затрачивать средства на рекламу

Тест 6. Неверно, что в жизненном цикле товара на стадии роста (укажите лишнее):

- А) норма прибыли в расчете на единицу товара, как правило, достигает своего максимума
- Б) могут применяться наценки на товар
- В) используется широкий ассортимент ценовых скидок

Тест 7. В жизненном цикле товара на стадии зрелости:

- А) норма прибыли от продажи единицы товара падает, а масса прибыли является наибольшей и расходуется на поддержку товаров, находящихся в других стадиях жизненного цикла
- Б) применяются в основном только скидки с цены товара, используемые для удержания консервативно настроенных покупателей
- В) есть смысл ограничить ассортимент двумя-тремя наиболее ходовыми модификациями товара

Тест 8. На этапе спада в жизненном цикле товара не следует (укажите лишнее):

- А) думать, что работа с этим товаром нуждается во вложениях
- Б) акцентировать внимание потребителей на том, что товар им хорошо известен
- В) тратить средства на рекламу данного товара

Тест 9. Внедрение нового товара на рынок надо осуществлять

- А) как только наметился спад объема продаж наиболее ходового товара
- Б) в зависимости от того сформировалась ли потребность в нем на рынке
- В) на основании результатов рыночных исследований

Тест 10. Продлению жизненного цикла товара не способствует (укажите лишнее)

- А) развитие методов сбыта
- Б) выявление новых групп потребителей и повышение адресности продукции
- В) расширение объема продаж

Рейтинг-контроль 2

Тест 1. Максимальная цена товара определяется:

- А) величиной спроса на товар
- Б) Ценой конкурентов на аналогичный товар
- В) наивысшим уровнем совокупных издержек

Тест 2. Минимальная цена товара определяется:

- А) емкостью рынка товара
- Б) уровнем совокупным издержек организации
- В) уровнем переменных издержек

Тест 3. Каналом прямого маркетинга не является (укажите лишнее):

- А) посылочная торговля

Б) торговля через магазины, принадлежащие производителю

В) торговля со склада дистрибьютора

Тест 4. Магазином с ограниченным ассортиментом может быть назван:

А) магазин спортивной одежды

Б) магазин-склад

В) магазин мужской одежды

Тест 5. Какое из этих положений раскрывает взаимоотношения спортивного маркетинга и спортивного менеджмента:

А) спортивный маркетинг это один из подходов в менеджменте спорта;

Б) спортивный менеджмент это важный компонент спортивного маркетинга;

В) верно "а" и "б".

Тест 6. Метод ценообразования исходя из ощущаемой ценности товара основан на:

А) показателях собственных издержек и спроса;

Б) реальной ценности товара для потребителя;

В) цене конкурентов;

Г) восприятию товара потребителем;

Д) начисление стандартной надбавки к себестоимости товара.

Тест 7. Метод "издержки плюс надбавки" основан на:

А) показателях собственных издержек и спроса;

Б) реальной ценности товара для потребителя;

В) цене конкурентов;

Г) восприятию товара потребителем;

Д) начисление стандартной надбавки к себестоимости товара.

Тест 8. Студенты Академии физической культуры сегментированы по:

А) географическому признаку;

Б) демографическому признаку;

В) психографическому признаку;

Г) поведенческому признаку.

Тест 9. Какая из характеристик услуг является ее достоинством, а не недостатком:

А) неосвязаемость;

Б) непостоянство качества;

В) неотделимость от производителя;

Г) несохраняемость.

Рейтинг-контроль 3

Тест 1. Прямая реклама не использует следующие формы:

А) письма, открытки, календари

Б) каталоги, проспекты

В) рекламные ТВ ролики

Тест 2. В развитых странах ведущей формой, продвижения инвестиционных товаров на рынке в последние годы стала:

А) телереклама

Б) реклама на выставках и ярмарках

В) система "Паблик Рилейшнз"

Тест 3. Если понимать рекламу как информацию, распространяемую для неопределенного круга лиц, то рекламой нельзя будет назвать (укажите лишнее):

А) информацию в изданиях распространяемых только по подписке

Б) информацию, адресованную конкретным сегментам потребительского рынка

В) информацию недоступную для отдельных категорий возможных клиентов

Тест 4. Что такое покупательский спрос на спортивный продукт?

- А) Готовность покупателя в данный отрезок времени приобрести определенные количества по каждой из предложенных на рынке цен;
- Б) Готовность покупателей в данный отрезок времени приобрести товар по вполне определенной цене;
- В) Состояние готовности потенциальных потребителей приобрести товар

Тест 5. Для того чтобы охарактеризовать какое то сообщение как рекламное важно убедиться в следующем:

- А) наличный характер представления и продвижения идей, товаров и услуг;
- Б) оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже определенным лицом;
- В) верно и то и другое;
- Г) верно, если первое сочетается со вторым.

Тест 6. Марочное название это:

- А) товарная марка, которую можно произвести;
- Б) фирменный знак, который можно опознать в виде символа;
- В) товарная марка, зарегистрированная и обеспеченная правовой защитой.

Тест 7. Наиболее распространенным методом определения суммы расходов на рекламу является метод:

- А) расчет в процентах к уровню сбыта или объему продаж;
- Б) в зависимости от целей и задач,
- В) конкурентного паритета;
- Г) в зависимости от наличных средств.

Тест 8. Указать последовательность этапов процесса принятия потребителем решения о покупке спортивного товара предварительного выбора:

- А) сравнения вариантов, сбор информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;
- Б) осознание проблемы, реакция на покупку;
- В) осознание проблемы, сбор информации, сравнение вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
- Г) сбор вариантов, осознание проблемы, сравнение вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

Тест 9. Спортивное спонсорство это:

- А) меценатство;
- В) благотворительность;
- В) реклама на средствах массовой информации;
- Г) один из элементов маркетинговой политики в спорте многих стран

Вопросы к зачету

1. В чём заключаются современные особенности подготовки кадров для отрасли "физическая культура и спорт"?
2. Из каких основных видов выплат складывается доход работника физической культуры и спорта?
3. Что называют маркетингом? Почему предприятия и организации прибегают к маркетингу?
4. Почему в маркетинге важно изучать потребности в физкультурнооздоровительных услугах?
5. Как спортивная организация изучает рынки сбыта физкультурнооздоровительных услуг?
6. Что называется жизненным циклом услуг? С какой целью изучается жизненный цикл услуг?
7. Что представляют собой цена и качество физкультурнооздоровительных услуг?

8. Перечислите виды физкультурнооздоровительных услуг.
9. Каковы различия между общественными и частными спортивнооздоровительными клубами?
10. Охарактеризуйте особенности маркетинга физкультурнооздоровительных услуг.
11. Каковы источники доходов существующих спортивнооздоровительных центров, клубов в России?
12. Кто может стать потенциальным потребителем следующих товаров:
 - а) компьютеры;
 - б) спортивные тренажеры;
 - в) литература по физическому воспитанию детей и подростков;
 - г) боксерская груша;
 - д) акваланги.
13. Перечислите проблемы с которыми может столкнуться спортивная организация, не занимающаяся маркетингом.
14. Вы специалист по маркетингу в фирме. Какие цели вы сформулируете для себя при изучении рынка, если вам предложат:
 - а) организовать футбольный клуб;
 - б) построить туристический комплекс;
 - и) пронести детский спортивный праздник.
15. Выделите типы покупательских нужд (заявленных, действительных, незаявленных, приятных, тайных)
 - а) при покупке дорогого спортивного тренажера, известной торговой марки;
 - б) посещающего небольшой спортивный клуб, расположенный недалеко от дома;
 - в) потребителя услуг элитного спортивного центра.
16. Охарактеризуйте пять концепций маркетинговой деятельности организаций с учетом особенностей сферы ФКиС.
17. Вы решили создать фирму, предоставляющую спортивные услуги. Спланируйте проведение маркетингового исследования для оценки целесообразности Вашей фирмы.
18. Составьте перечень источников информации о рынке спортивных услуг Вашего края (района, города). Сформулируйте предложения о процессе сбора этой информации.
19. Сделайте сегментирование рынка физкультурнооздоровительных услуг. Выделите наиболее перспективные сегменты. Разработайте предложения по позиционированию физкультурнооздоровительных услуг на эти сегменты.
20. Дайте определение спортивный менеджер
21. Раскройте суть предпринимательской деятельности спортивного менеджера
22. Дайте определение понятия спортивный менеджер, маркетинг, менеджмент?
23. Какие 3 основные роли отводят менеджеру в процессе управления?
24. Как экономисты Запада относятся к планированию?
25. Что такое факторинг? Что такое субаренда?
26. Дайте определение понятия инфляции? Назовите 3 вида инфляции? В чем Вы видите причины инфляции?
27. Что такое лицензия; патент?
28. Кем взимается процент за кредит и от чего зависит его размер?
29. Какова схема маркетинговой деятельности предприятия?
30. Что такое интрапренёр и антрапренёр? Что такое "НоуХау"?
31. С чего следует начинать спортивной организации, принимающей за реализацию лицензионной программы?
32. Как сделать физкультурнооздоровительный комплекс не просто доступным, но и привлекательным?
33. Какие особенности имеют спортивные сооружения, находящиеся на хозрасчете? С чего начинается имидж Вашего клуба?
34. От чего зависит уровень заработной платы у тренеров?

35. Какие факторы надо учитывать при установлении цены на спортивнооздоровительные услуги? Как сделать ФОК прибыльным?
36. Что такое рынок? Какой рынок принято называть идеальным, реальным, цивилизованным?
37. Когда появилась проблема профессионализации большого спорта?
38. Что должен делать спортивный менеджер для успешного выполнения своих обязанностей?

Вопросы к самостоятельной работе студентов

1. Что такое культура предпринимательства?
2. Назовите составные элементы культуры предпринимательства.
3. В чем состоит содержание культуры предпринимательской организации?
4. Что такое предпринимательская этика?
5. Что понимается под деловым этикетом?
6. . Предпринимательская этика и этикет.
7. Культура предпринимательских организаций.
8. Сущность культуры предпринимательства.
9. Как вести себя в ситуации, когда твой партнер в деловой беседе проявляет неуважение к тебе, но тебе очень важно добиться положительного решения вашей встречи. Предложите разные варианты.
10. Как люди разных темпераментов будут вести себя в экстремальных разговорных ситуациях (крике собеседника, вызывающее поведение)?
11. Какие действия должен предпринять говорящий по телефону сотрудник, если в момент его разговора пришел клиент?
12. Как поступить, если во время публичного выступления вы специально сказали неправду и через некоторое время понимаете, что вашу неправду заметили?
13. Диалог – основной предмет в деловых отношениях.
14. Полемика и ее проявление в современной действительности.
15. Профессионализмы и их роль в речи собеседников.
16. Сферы применения письменного делового общения и частота использования служебных документов
17. Эмоциональность – вред или польза при деловом общении?

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература (имеется в библиотеке ВлГУ):

1. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / Шеменова О. В. - М. : Дашков и К, 2014

ЭБС «Консультант Студента» <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011474.html>

2. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / Валигурский Д. И. - М. : Дашков и К, 2014 \ ЭБС «Консультант

Студента» <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023507.html>

3. Предпринимательство [Электронный ресурс] / Ларионов И. К. - М. : Дашков и К, 2014 ЭБС «Консультант Студента» <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394021985.html>

4. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / Валигурский Д. И. - М. : Дашков и К, 2012

ЭБС «Консультант Студента» <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394015175.html>

Дополнительная литература (имеется в библиотеке ВлГУ):

1. Жолдак В.И., Сейранов С.Г. Менеджмент. - М.: "Советский спорт", 2013.

2. Психология физической культуры [Электронный ресурс] : учебник / под ред.

Б.П. Яковлева, Г.Д. Бабушкина - М. : Спорт, 2015

ЭБС «Консультант Студента» <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785906839114.html>

3. Словарь предпринимателя [Электронный ресурс] / Под ред. проф. Н.Н. Пилипенко. - 6-е изд. - М. : Дашков и К, 2015

ЭБС «Консультант Студента» <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026775.html>

4. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : Учеб.

пособием / Садовская Т.Г., Дадонов В.А., Дроговоз П.А. - М. : Издательство МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2010.

ЭБС «Консультант Студента» <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5703828783.html>

Периодические издания

1. Экономика и предпринимательство

2. Предпринимательство и спорт

3. Спорт.Бизнес.Консолинг

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. http://ds04.twirpx.net/225/225202_CFF9E_glushkova_v_g_professionalno_eticheskie_osnovy_socialnoy_rab.doc –

2. http://window.edu.ru/window/library?p_rid=62266 Профессионально-этические основы социальной работы: Учебное пособие Махова Н.П.

3. <http://rbip.bookchamber.ru>

4. <http://www.hrm.re/db/b2>

5. <http://www.auditoriumru/books>
6. <http://www.libcsu.ru/news>
7. http://www.psycheya.ru/lib/met_us.1.html
8. http://netoteka.ru/cgi-bin/teka.pl/event/content_id

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Техническое обеспечение дисциплины «Предпринимательство в физической культуре и спорте». Студенты имеют возможность работать в Интернете. Занятия проходят в 304 ауд. спортивный корпус – 1 (ул. Горького,87-а) в аудитории имеется белый экран-матовый, мультимедийное оборудование, проектор, компьютер с выходом в интернет

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению
49.03.01 «Физическая культура»

Рабочую программу по дисциплине «Предпринимательство в ФКС » составил:
к.филос. наук, доцент Арсенина О.В. _____

Рецензент Тимошук

А.С. Тимошук

ВЮИ ФСИН России, профессор кафедры гуманитарных дисциплин

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры Философии и религиоведения
ВлГУ протокол № 6 от 30.01. 2015 года

Зав. кафедрой ФиР _____ д.фил.н., проф. Е.И. Аринин

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической
комиссии направления 49.03.01 «Физическая культура» _____

протокол № 4/1 от 30.01. 2015 года.

Председатель комиссии Батоцыренова Т. Е. Батоцыренова

д.б.н., доцент, зав. кафедрой теоретических и медико-биологических основ
физической культуры