

**Санкт-Петербургское государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Училище олимпийского резерва № 1»**

ПРИНЯТО
Педагогическим советом
протокол № 13 от 18 июня 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
ДИРЕКТОР СПб ГБПОУ «УОР № 1»

_____ **В.А. КУЗНЕЦОВ**

19 июня 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ**

**МДК 02.02. ОРГАНИЗАЦИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-
СПОРТИВНОЙ РАБОТЫ
(ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА)**

программа подготовки специалистов среднего звена
49.02.01 Физическая культура

**Санкт-Петербург
2024 год**

Организация-разработчик: Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Училище олимпийского резерва № 1».

Разработчик: Давыдова Е.Ю., преподаватель дисциплины Основы маркетинга МДК 02.02 Организация физкультурно-спортивной работы.

Рассмотрено на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин профессионального цикла СПб ГБПОУ «УОР № 1»

Протокол № 14 от 31 мая 2024 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии дисциплин профессионального цикла –
С.Н. Бекасова

Утверждено приказом СПб ГБПОУ «УОР № 1» от 19.06.2024 № 181 «Об утверждении учебных планов, графиков учебного процесса, рабочих программ учебных дисциплин (модулей) и практик, фондов оценочных средств, учебно-методических рекомендаций, рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы на 2024-2025 учебный год – образовательных программ среднего профессионального образования по специальности 49.02.01 Физическая культура»

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Общие положения	4
Тема 1. Сущность и цели маркетинга. Маркетинг как система.	6
Тема 2. Понятие комплекса маркетинга и его составляющие	7
Тема 3. Маркетинговые исследования. Разработка стратегии маркетинга	8

Общие положения

Самостоятельную работу над темой следует начать с изучения литературы. В поисках источников заданной тематики необходимо обратиться к библиотечным каталогам, справочникам, тематическим аннотированным указателям литературы, периодическим изданиям (газетам и журналам), электронным каталогам, Интернету.

Важнейшей формой самостоятельной работы является подготовка реферата. Успех здесь в значительной степени зависит от правильного выбора темы. Студент выбирает тему реферата из ниже приведенного списка. Выбирая тему, следует учитывать, во-первых, личный интерес к проблеме, во-вторых, - наличие соответствующей литературы.

Выбрав тему, студенту необходимо подобрать литературу, которая будет использоваться при выполнении работы. Чтобы не утонуть в океане книг, следует обратиться к справочно-библиографическим указателям и каталогам. Помощь в выборе литературы окажут консультации преподавателя и библиографа.

Ознакомившись с литературой по теме, студент должен отобрать несколько книг, статей, нормативно-правовых источников (не менее 5 – 7 наименований). Выбирая книгу или статью, следует обратить внимание на выходные данные (место и год издания). Желательно использовать литературу последних 10 лет издания. Особенно важно учитывать год издания нормативно-правовых источников (законов, подзаконных правовых актов, стандартов и т. д.). Ниже приводятся списки рекомендованной литературы, которые далеко не исчерпывают сути вопросов. Поэтому студент должен максимально расширить круг самостоятельного поиска источников для написания реферата.

Определившись с темой и литературой, следует составить план работы. В плане закрепляется следующая последовательность структурных элементов работы: введение, основная часть, заключение. Основной текст работы рекомендуется разделить на несколько глав или разделов (оптимальное количество 2 – 3). Структура основной части определяется в соответствии с избранным принципом изложения материала. Не следует увлекаться дроблением основной части работы на большое количество глав, поскольку это помешает логичному раскрытию темы. Особое внимание нужно уделить четкости формулировок в названиях разделов.

Изучение выбранной литературы производится в соответствии с планом. При чтении книг и статей рекомендуется выписывать на отдельные карточки или вносить в компьютер важнейшие формулировки, тезисы, которые могут быть непосредственно задействованы в контрольной работе. Каждая выписка должна сопровождаться выходными данными источника с указанием страницы, откуда сделана запись. Это позволит в дальнейшем быстро и четко скомпоновать собранный материал в соответствии с разделами реферата.

Введение должно содержать обоснование актуальности темы. Объем введения не должен превышать 1–1,5 страницы.

При написании основной части допускается и рекомендуется использовать мнения по проблематике вопроса данной темы нескольких и более авторов. Также приветствуется и грамотно изложенная точка зрения самого автора.

Язык работы должен быть простым и лаконичным. Рекомендуется избегать сложных, непонятных терминов, а если таковые используются, то следует объяснять их значение в скобках или сносках. Иногда целесообразно сформировать небольшой словарь терминов, употреблявшихся в работе. Такой словарь размещается за текстом в качестве приложения.

В заключении следует обобщить изложенный материал, сделать вывод и указать, что нового для себя студент вынес из работы над конкретной темой. Делая выводы, студенты должны учитывать точки зрения на проблему разных исследователей, а также отметить, какая из позиций ближе к их собственному мнению.

Правильное оформление работы является одним из условий ее положительной оценки. Объем работы составляет 10–15 страниц формата А4. Допускается выполнение

реферата рукописным способом. Если выбирается компьютерный вариант оформления, то следует использовать шрифт 14 через 1–1,5 интервала. Работа обязательно должна иметь поля и нумерацию страниц, начиная со второй.

Оформленный вариант работы включает в себя следующие структурные элементы:

а) титульный лист, на котором указывается название учебного заведения, предмет, тема работы, курс, № группы, Ф. И. О. студента, выполнившего работу;

б) план-оглавление работы. План-оглавление приводится на второй странице и содержит названия разделов с указанием страниц;

в) текст реферата. Особое внимание следует обратить на правильность оформления цитат и ссылок. Текст цитаты тщательно выверяется по источнику и берется в кавычки. Иногда фрагмент используемой книги или статьи передается своими словами или близко к тексту. В этом случае кавычки не ставятся.

Дословное цитирование или изложение текста источника своими словами обязательно сопровождается ссылками (сносками) на литературу. Сноски можно разместить внизу страницы или сразу после текста работы. Если сноски приводятся за текстом работы, то после каждой цитаты в квадратных скобках ставится порядковый номер литературного источника в соответствии со списком литературы и номер цитируемой страницы или страниц;

г) список использованных источников и литературы. Список приводится в конце работы и содержит наименования книг, учебных пособий, нормативно-правовых актов, монографий, статей и других источников, на которые делались ссылки. Каждый пункт списка (библиографическое описание) должен состоять из указания фамилии и инициалов автора, названия книги и выходных данных (место издания, издательство, год издания). Для статей также указываются название периодического издания, год и номер выпуска. Перечисление литературы следует вести в алфавитном порядке.

В конце работы студент должен указать дату завершения работы и поставить свою подпись. Реферат представляется лично преподавателю.

Если работа выполнена в соответствии с предъявляемыми требованиями по содержанию и оформлению, студент проходит собеседование с преподавателем по теме работы. При положительном результате собеседования ставится оценка «зачтено».

Если работа имеет серьезные недостатки по содержанию (поверхностное изложение теоретических положений; подмена творческой работы с литературой простым переписыванием текстов из монографий, статей, брошюр, распечаткой готовых тематических работ из компьютерных сетей и т. д.; использование устаревшей литературы) или оформлена без соблюдения приведенных требований, ее возвращают студенту на доработку.

Отрицательная оценка контрольной работы («не зачтено») обязывает студента полностью или частично ее переработать. В порядке исключения по согласованию с преподавателем допускается выполнение работы на другую тему.

Тема 1. Сущность и цели маркетинга. Маркетинг как система.

Темы рефератов:

1. Возникновение и развитие маркетинга;
2. Предмет и определение маркетинга. Основы маркетинга;
3. Принципы, цели и функции маркетинга;
4. Управление маркетингом;
5. Маркетинговая среда: факторы микросреды;
6. Реакция на изменение внешней среды;
7. Процесс планирования маркетинга: миссия бизнеса, аудит маркетинга, SWOT-анализ;
8. Влияние внешней среды на поведение потребителя;
9. Маркетинг и общество;
10. Маркетинг некоммерческих организаций;
11. Маркетинговые коммуникации;
12. Целевой маркетинг;
13. Организационная служба по рынкам. Организационная служба по покупателям;
14. Процесс планирования маркетинга: стержневая стратегия, конкурентное преимущество;
15. Целевой маркетинг;
16. Маркетинговые коммуникации;
17. Маркетинг некоммерческих организаций.

Литература:

1. Чернецкая, Т.С. **Маркетинг: учебно-методическое пособие**/ Т.С. Чернецкая; Национальный госуд. ун-т физич. культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – СПб.: [б.и.], 2009. – 145 с.
2. Щегорцов, В.А. **Маркетинг : учебник** / В.А. Щегорцов, В.А. Таран ; под ред. В.А. Щегорцов. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 448 с
3. Минько, Э.В. **Маркетинг : учебное пособие** / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 352 с
4. **Маркетинг: общий курс : учебное пособие** / под ред. Н.Я. Калюжнова, А.Я. Якобсон. - 4-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2010. - 480 с
5. Годин, А.М. **Маркетинг : учебник** / А.М. Годин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 656 с
6. **Основы маркетинга** / под ред. Г.А. Васильев. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 544 с.
7. **Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник** / под ред. Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. - 8-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 446 с.

Тема 2. Понятие комплекса маркетинга и его составляющие

Темы рефератов:

1. Классификация товара;
2. Упаковка товара и факторы расширения использования упаковки;
3. Создание упаковки. Средства маркировки;
4. Организационная структура функционального типа. Организационная служба по товарам;
5. Служба сервисного обслуживания клиента;
6. Товарный ассортимент и стратегия маркетинга;
7. Недостатки служб по товарам, рынкам и покупателям. Внутренние функциональные подразделения маркетинговых служб;
8. Товарная номенклатура;
9. Контролируемые и неконтролируемые элементы комплекса маркетинга.

Понятие товара;

10. Основные характеристики жизненного цикла товара;
11. Поведение потребителя: процесс принятия решения о покупке;
12. Определение услуги. Природа сферы услуг;
13. Решение по маркетинговому комплексу, организация и реализация, контроль;
14. Этапы жизненного цикла товара;
15. Управление в сфере услуг: причины несоответствия ожидаемого и воспринимаемого уровней качества услуг;
16. Характеристики услуги как товара;
17. Управление в сфере услуг: удовлетворение запросов потребителя;
18. Управление в сфере услуг: управление производительностью в сфере обслуживания;
19. Управление в сфере услуг: управление обслуживающим персоналом;
20. Шаги позиционирования товара и методы позиционирования;
21. Позиционирование услуг;
22. Понятие розничной торговли, основные формы магазинов и внемагазинной торговли;
23. Стратегии ценообразования;
24. Типы сбыта (распределения). Примеры каналов распределения различных уровней.

Литература:

1. Тультаев, Т.А. Маркетинг товаров и услуг : учебно-практическое пособие / Т.А. Тультаев. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 318 с
2. Синяева, И.М. Маркетинг торговли : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашков. - 4-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 750 с.
3. Щегорцов, В.А. Маркетинг : учебник / В.А. Щегорцов, В.А. Таран ; под ред. В.А. Щегорцов. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 448 с.
4. Чернецкая, Т.С. Маркетинг: учебно-методическое пособие/ Т.С. Чернецкая; Национальный госуд. ун-т физич. культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – СПб.: [б.и.], 2009. – 145 с.
5. Маркетинг: общий курс : учебное пособие / под ред. Н.Я. Калюжнова, А.Я. Яacobсон. - 4-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2010. - 480 с
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. - 8-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 446 с.
7. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяева. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 496 с.

Тема 3. Маркетинговые исследования. Разработка стратегии маркетинга

Темы рефератов:

1. Маркетинговые исследования. Методы исследования;
2. Решение об использовании марок;
3. Марочные названия. Подходы к проблеме присвоения марочного названия;
4. Решение о расширении границ использования марки. Решение о многомарочном подходе;
5. Причины и цели сегментации;
6. Выбор стратегии сегментирования процесс сегментации;
7. Выборы целевых сегментов;
8. Критерии сегментирования: сегментирование по психологическим характеристикам и сегментирование по стилю жизни (психологическое сегментирование);
9. Критерии сегментации: сегментирование по выгодам и сегментирование по демографическим характеристикам;
10. Маркетинг и общество;
11. Методы стимулирования товара.

Литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. - 8-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 446 с.
2. Синяева, И.М. Маркетинг торговли : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашков. - 4-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 750 с.
3. Чернецкая, Т.С. Маркетинг: учебно-методическое пособие/ Т.С. Чернецкая; Национальный госуд. ун-т физич. культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – СПб.: [б.и.], 2009. – 145 с.
4. Щегорцов, В.А. Маркетинг : учебник / В.А. Щегорцов, В.А. Таран ; под ред. В.А. Щегорцов. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 448 с.
5. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяева. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 496 с.
6. Тультаев, Т.А. Маркетинг товаров и услуг : учебно-практическое пособие / Т.А. Тультаев. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 318 с.