

Рекомендовано экспертно-методическим советом ИТРРиФ РГУФКСМиТ
(Протокол ЭМС № 1 от 12.09.2018г.)

УДК 796:65(07)
ББК 52.5я73
Ф55

Печатается по решению
учебно-методического управления РГУФКСМиТ

Рецензенты: д. экон. н., профессор Кожаев Ю.П.

Филоненко Н.В. , Ушакова Н.А.

Ф55 Маркетинг физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг: учебник для студентов высших и средних образовательных учреждений физической культуры и спорта: / Н.В. Филоненко, Н.А. Ушакова; под ред. Н.В. Филоненко. – М.: ИКЦ «Колос-с» (Учебники и учебные пособия для студентов высш. учеб. заведений), 2018. –125 с.
ISBN

В данном учебнике раскрываются характерные особенности маркетинга услуг физической культуры и спорта, отражается специфика разновидностей маркетинговой деятельности бюджетных и коммерческих организаций, представляются технологии проведения маркетинговых исследований, рекламно-ценовых акций для стабилизации состава занимающихся физической активностью и постоянства посещений зрителями спортивных соревнований. Также в учебнике акцентируется внимание на особенностях дизайна, психологии восприятия цвета в рекламе физкультурно-оздоровительных и спортивно-зрелищных услуг и рекомендации по работе с фирмами-спонсорами.

Книга адресована студентам, магистрам, аспирантам, спортсменам, менеджерам физкультурно-спортивных организаций разных ведомственных принадлежностей и организационно-правовых форм собственности, а также всем тем, кто интересуется спортивным бизнесом.

УДК 796.034
ББК 52.5я73

© Филоненко Н.В., 2018

© Ушакова Н.А., 2018

© ООО Издательско-книготорговый центр
«Колос-с», 2018

ISBN

Оглавление

Предисловие.....	5
Глава 1. Отраслевая особенность маркетинга и маркетинговых исследований сектора услуг физической культуры и спорта (ФКиС)	7
1.1. Понятие термина «маркетинг» и его специфика в сфере ФКиС.....	7
1.2. Сущность и целевое предназначение проведения маркетинговых исследований в секторе услуг ФКиС.....	15
1.3. Виды конкуренции на рынке услуг ФКиС и факторы, сдерживающие и способствующие её развитие.....	22
1.4. Средства и методы анализа конкурентной среды организаций, предоставляющих услуги ФКиС.....	29
1.5. Методы анализа потребительского поведения и принципы сегментирования рынка.....	35
1.6. Принципы сегментирования потребителей физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг.....	43
Вопросы и задания для самоконтроля по главе 1.....	48
Список рекомендуемой литературы для самостоятельной работы по главе 1.....	51
Глава 2. Реклама в спорте и связи с общественностью (паблик рилейшнз (PR)).....	54
2.1. Виды рекламы, применяемые в маркетинге физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг.....	55
2.2. Средства рекламы, применяемые в маркетинге физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг	62
2.3. Особенности дизайна и психологии восприятия цвета в рекламе физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг.....	70
2.4. Средства связей с общественностью (паблик рилейшнз (PR)) в секторе услуг ФКиС.....	77
2.5. Методы расчета коммуникативной и экономической эффективности рекламы услуг ФКиС.....	81

2.6.Рекламно-спонсорская деятельность физкультурно-спортивных организаций.....	83
Вопросы и задания для самоконтроля по главе 2.....	89
Список рекомендуемой литературы для самостоятельной работы по главе 2.....	91
Глава 3. Ценообразование услуг ФК и стимулирование потребительского спроса.....	93
3.1.Виды потребительских спросов и специфика ценообразования физкультурно-спортивных услуг.....	93
3.2.Методы установления цен на билеты спортивных соревнований, средства и факторы, влияющие на их распространение	99
3.3.Виды и средства стимулирования потребительского спроса для стабилизации клиентов в составе постоянно занимающихся.....	101
Вопросы и задания для самоконтроля по главе 3.....	103
Список рекомендуемой литературы для самостоятельной работы по главе 3.....	104
Заключение.....	106
Библиография.....	108
Список рекомендуемой литературы.....	114
Глоссарий.....	118

ПРЕДИСЛОВИЕ