



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой физической культуры,  
спорта и здорового образа жизни

А. С. Махов

27 апреля 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**Массаж (МОДУЛЯ)**

**Направление подготовки  
49.03.01. «Физическая культура»**

**Направленность  
«Физкультурное образование»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная, заочная**

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Массаж (модуля)» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 49.03.01 *Физическая культура*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017г № 940, с изменениями от 26.11.2020 № 1456, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 49.03.01 «*Физическая культура*».

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: кандидата педагогических наук, доцентом Бакай И. Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры адаптивной физической культуры, рекреации и междисциплинарной медицины лечебного факультета.

(наименование факультета)

Протокол № 10 от 26 апреля 2023 года

Декан факультета  
кандидат медицинских наук



С.А.Киреев

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Главный врач  
ГБУЗ «ГКБ имени А.К. Ерамишанцева  
ДЗМ»



(подпись)

А.Р. Габриелян

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры  
безопасности жизнедеятельности и адаптивной  
физической культуры  
Шуйского филиала ИвГУ



(подпись)

Е.А. Осокина

## СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ .....	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю) .....	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ .....	45
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ .....	54
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) .....	54
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося .....	54
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	55
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....	57
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	57
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	60
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)...	60
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	63

# 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

## 1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрисубъектной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен



для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос – это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

### Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
<b>РАЗДЕЛ 1. КРАТКАЯ ИСТОРИЯ МАССАЖА. ФИЗИОЛОГИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ МАССАЖА НА ОРГАНИЗМ.</b>	
<b>Тема 1.1. Краткая история массажа. Физиологическое влияние массажа на организм.</b>	рассмотреть историю массажа, физиологическое влияние массажа на организм.
<b>РАЗДЕЛ 2. ГИГИЕНИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАССАЖА.</b>	
<b>Тема 2.1. Гигиенические основы массажа.</b>	рассмотреть гигиенические основы массажа.
<b>РАЗДЕЛ 3. ПРИЕМЫ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ МАССАЖА.</b>	
<b>Тема 3.1. Приемы, формы и методы массажа.</b>	изучить основные приемы, применяемые в классическом, лечебном и спортивном массаже; изучить формы и методы массажа.
<b>РАЗДЕЛ 4. МАССАЖ ПРИ ТРАВМАТИЧЕСКИХ ПОВРЕЖДЕНИЯХ И ЗАБОЛЕВАНИЯХ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА.</b>	
<b>Тема 4.1. Массаж при травматических повреждениях и заболеваниях опорно-двигательного аппарата.</b>	рассмотреть особенности массажа при травматических повреждениях и заболеваниях ОДА.
<b>РАЗДЕЛ 5. МАССАЖ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ, НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ.</b>	
<b>Тема 5.1. Массаж при заболеваниях внутренних органов, нервной системы.</b>	рассмотреть особенности массажа при заболеваниях внутренних органов, нервной системы.
<b>РАЗДЕЛ 6. МАССАЖ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ, НЕРВНОЙ</b>	

**СИСТЕМЫ, ПРИ НАРУШЕНИЯХ ОБМЕНА ВЕЩЕСТВ.****Тема 6.1. Массаж при заболеваниях внутренних органов, нервной системы, при нарушениях обмена веществ.**

рассмотреть особенности массажа при нарушениях обмена веществ

**1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)**

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде

предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное

время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

### **Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)**

## **РАЗДЕЛ 1. КРАТКАЯ ИСТОРИЯ МАССАЖА. ФИЗИОЛОГИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ МАССАЖА НА ОРГАНИЗМ.**

**Тема 1.1. Краткая история массажа. Физиологическое влияние массажа на организм.**

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Краткая история массажа
2. Влияние массажа на кожу
3. Влияние массажа на суставно-связочный аппарат
4. Влияние массажа на обмен веществ и функцию выделения

## **РАЗДЕЛ 2. ГИГИЕНИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАССАЖА.**

**Тема 2.1. Гигиенические основы массажа.**

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Требования к помещению и инвентарю
2. Требования к массажисту

## **РАЗДЕЛ 3. ПРИЕМЫ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ МАССАЖА.**

**Тема 3.1. Приемы, формы и методы массажа.**

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Массаж в сочетании с тепловой процедурой.
2. Массаж в сочетании со световой процедурой.
3. Массаж в сочетании с электропроцедурами.
4. Массаж в сочетании с водными процедурами.
5. Криомассаж.
6. Баночный массаж.
7. Совместимость массажа с другими физическими средствами лечения.

## **РАЗДЕЛ 4. МАССАЖ ПРИ ТРАВМАТИЧЕСКИХ ПОВРЕЖДЕНИЯХ И ЗАБОЛЕВАНИЯХ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА.**

**Тема 4.1. Массаж при травматических повреждениях и заболеваниях опорно-двигательного аппарата.**

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Методика массажа при тендовагините.
2. Методика массажа при бурсите.
3. Методика массажа при периостите.
4. Методика массажа при миозите.
5. Методика массажа при миалгии.
6. Методика массажа при судорогах.
7. Методика массажа при ожогах и отморожениях.



## РАЗДЕЛ 5. МАССАЖ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ, НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ

### Тема 5.1. Массаж при заболеваниях внутренних органов, нервной системы.

#### Вопросы для самоподготовки:

1. Методика массажа при подагре.
2. Методика массажа при заболевании почек.

## РАЗДЕЛ 6. МАССАЖ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ, НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ, ПРИ НАРУШЕНИЯХ ОБМЕНА ВЕЩЕСТВ.

### Тема 6.1. Массаж при заболеваниях внутренних органов, нервной системы, при нарушениях обмена веществ.

#### Вопросы для самоподготовки:

1. Методика массажа при гастрите.
2. Методика массажа при ожирении.

#### *1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)*

### РАЗДЕЛ 1. КРАТКАЯ ИСТОРИЯ МАССАЖА. ФИЗИОЛОГИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ МАССАЖА НА ОРГАНИЗМ.

## *История возникновения массажа*

---

В VI веке до нашей эры в Древнем Китае существовали лечебно-гимнастические школы для подготовки врачей, где в качестве одной из дисциплин преподавали массаж. Иероглифические надписи на саркофагах и пирамидах, и древние папирусы, свидетельствуют о том, что за 4000 лет до н. э., древние ассирийцы, персы, египтяне применяли массаж в лечебных и оздоровительных целях.




## *История возникновения массажа*

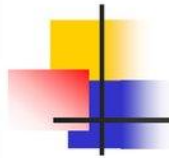
---

Невозможно отдать предпочтение тем или иным народам в авторстве изобретения массажа. Он зарождался и развивался параллельно в разных странах и континентах. Массаж в своём изначальном виде, то есть как простое растирание, поглаживание, возник как лечебное средство на заре развития человечества. Судя по преданиям, люди, стремясь облегчить боли, производили растирание и поглаживание при травмах.



- 
- Массаж зародился в глубокой древности как одно из средств народной медицины.
  - Основоположник русской системы массажа И. М. Саркизов-Серазини (1887-1964) отмечал: «Ни один народ как в далеком прошлом, так и в настоящем не может себе одному приписать честь открытия и разработки методики массажа. Было бы неправильно утверждать, что массаж изобрели китайцы, индусы, греки».
  - Можно предположить, что первоначально массаж был применен человеком как инстинктивный жест в виде потирания (поглаживания, растирания) для облегчения боли ушибленного и пораженного недугами места.





- Происхождение слова «массаж» объясняют по-разному. Одни филологи считают, что термин произошел от французского глагола «masser» - растирать, который, в свою очередь, заимствован из арабского языка: «mass» - касаться, трогать или «masch» - нежно надавливать. Другие полагают, что слово «массаж» имеет корни в санскритском языке («такш» - касаться), третьи - в греческом («masso» - сжимать руками), в латинском («massa» - приставать к пальцам) и древнееврейском («mashasha» - ощупывать). Очевидно, можно говорить о существовании понятия «массаж» с незапамятных времен.
- Есть свидетельство, что массаж применяли еще в первобытном обществе, в различных племенах Южной Африки. О его практиковании упоминают литературные источники за тысячелетия до нашей эры. Так, в древнейшей китайской книге «Кунг-фу» («Искусство человека», 2698 г. до н. э.) не только подробно описываются приемы массажа, но и делается попытка выявить их лечебное действие, содержатся указания, в каких случаях применять поверхностные приемы (поглаживание), в каких - глубокие (растирание) и др.

## Физиологическое воздействие разных приемов массажа



## Влияние массажа на мышечную систему

- Улучшение кровообращения и окислительно-восстановительных процессов.
- Повышение тонуса и эластичности мышц.
- Улучшение сократительной функции мышц, увеличение силы и работоспособности.
- Активизация притока кислорода к мышцам.
- Улучшение кровоснабжения суставов и периартикулярных тканей.
- Ускорение рассасывания суставного выпота.
- Укрепление сумочно-связочного аппарата и улучшение подвижности в суставе.



## Физиологическое влияние на мышечную систему и суставно-связочный аппарат.

- Под влиянием массажа повышается эластичность мышечных волокон, улучшается сократительная функция, предупреждается и уменьшается мышечная атрофия, улучшаются обмен и усвоение мышечными клетками различных веществ, лимфо- и кровообращение в мышцах, их питание и регенерация.
- Во время массажа мышцы высвобождаются из рубцов и спаек. Сократительная функция мышц особенно заметно повышается при вялых парезах и параличах.
- Массаж снимает мышечное утомление и повышает работоспособность мышц. Лёгкий, кратковременный массаж быстрее восстанавливает работоспособность утомлённых мышц, чем кратковременный пассивный отдых.
- Под влиянием массажа улучшается кровообращение в суставах и мягких тканях, окружающих суставы, укрепляется сумочно-связочный аппарат, ускоряется рассасывание суставных выпотов и патологических отложений, улучшается функция синовиальной оболочки и подвижность суставов.
- При лечении суставных заболеваний большое значение имеет массаж мышц, имеющих непосредственное отношение к больному суставу, а также мест прикрепления к костям сухожилий, связок и суставных сумок (где создаются условия для отложения солей и остаточного воспаления). Благодаря улучшению кровоснабжения тканей, окружающих суставы, смещению и растяжению тканей во время массажа ликвидируются спайки, предупреждается сморщивание периапартулярных тканей, что улучшает функцию суставов.

## Влияние массажа на мышечную систему и суставной аппарат





## Гигиенические основы массажа

Требования к помещению и инвентарю.

Площадь кабинета должна быть не менее 12 м<sup>2</sup>, t° Не менее +20 +22°С. Освещенность не ниже 100-200 люкс, помещение должно быть сухим (обязательно оборудовано приточно-вытяжной вентиляцией с 3-х кратким обменом воздух час), влажность до 60%. Полы должны быть деревянными, крашенные или покрыты линолеумом.

Массажный кабинет должен иметь:

- массажную кушетку или стол (длина - 1,85-2,00 м, ширина - 0,5-0,6 м, высота 0,6-0,8 м) должна быть обита дерматином и иметь поролоновую прокладку;
- массажный столик для массажа верхних конечностей и воротниковой зоны;
- набор круглых валиков для придания массируемой области среднефизиологического положения;
- медицинский шкаф для хранения массажного белья, мыла, талька и другого оборудования;
- раковина с подводом горячей и холодной воды;



## Требования к пациенту

Пациенту перед массажем рекомендуется принять теплый душ.

Массируемая область во время массажа должна быть обнажена. Массируемой области придают среднефизиологическое положение. Ссадины, расчесы, родинки, родимые пятна время массажа обходят.



## Понятие о процедуре массажа

**I. Вводный этап** осуществляется в течение 1-3 мин. Массажные приемы выполняются в щадящем режиме, интенсивность их нарастает постепенно, подготавливая пациента к основному этапу.

**II. Основной этап** осуществляется в течение 5-20 мин. Массажные приемы выполняются в полном объеме и с той же интенсивностью, которая позволяет получить именно тот эффект, на который рассчитывает массажист.

**III. Заключительный этап** осуществляется в течение 1-3 мин. Надо помнить, что это совершенно необходимый этап. Интенсивность приемов в конце полноценно сеанса снижается, они как бы затухают.

Длительность сеанса может достигать 60 мин., но чаще процедура продолжается 10-15 мин.





## Показания к массажу

### **Заболевания сердечно-сосудистой системы**

Ишемическая болезнь сердца, инфаркт миокарда (не в острой стадии), гипертоническая болезнь, гипотония, инфекционно-аллергический миокардит, миокардиострофия, функциональные расстройства сердечно-сосудистой системы, врожденные и приобретенные пороки сердца.

### **Заболевания органов дыхания**

Хронические неспецифические заболевания легких, хронические пневмонии, бронхиты, эмфизема легких, пневмосклероз, плевриты, бронхиальная астма, воспалительные заболевания верхних дыхательных путей.

### **Заболевания органов пищеварения**

Гастриты, язвенная болезнь желудка и двенадцатиперстной кишки (противопоказанием является частое кровотечение), заболевания печени и желчного пузыря, колиты, диспепсия кишечника, состояние после операции на органах брюшной полости.

## Смазывающие средства, используемые для массажа

Для **скольжения рук** по коже используют :

1. **Массажные кремы и масла** - Балет, Нега, косметические жиросодержащие кремы;
  - ароматические масла -репейное, оливковое, кедровое, персиковое, пихтовое, кокосовое;
  - тальк, детскую присыпку - при повышенной потливости и повышенной чувствительности кожи. Порошковые средства наносятся на руки массажиста, они хорошо впитывают пот, не вызывают раздражения.
2. **Разогревающие мази** - тигровая, Бон-Бенге, эфкамон, аписатрон, випратокс, випросал, никофлекс, долгит–крем. Сильнодействующие мази - финалгон, дольпик, капсикам, слонц - втираются осторожно, в небольшом количестве, на заключительном этапе массажа. Для уменьшения жжения можно смешивать их с оливковым маслом, ланолином или массажным кремом в пропорции 1:1, 2:1. Сразу после их применения не рекомендуются тепловые и водные процедуры. Перед очередной процедурой массажа принять горячий душ или протереть кожу горячим влажным полотенцем, т.к. на коже эти мази образуют пленку.
3. **Противовоспалительные мази** - бутадионовая, индометациновая, диклофенак.
4. **Мази уменьшающие отечность** - гепариновая, гепароид, эссавен-гель, троксевазин.
  - После нанесения мазей группы 3 и 4 устанавливается компресс.

## **Оборудование массажного кабинета** Приказ МЗ от 4,11.1986 № 1453

Массаж проводится в *специальной комнате* площадью не менее 10 кв. м (на одну массажную кушетку должно приходиться 8 кв. м).

- Температура воздуха в помещении должна быть +20-22С°, относительная влажность не выше 60%.
- Достаточное освещение (120-130 люксов), т.к. глаза утомляются быстрее, чем мышцы массирующих рук, что ведет к общему утомлению.
- Система вентиляции должна обеспечивать трехкратную смену воздуха в течение часа.



## Гигиенические требования к массажисту

- Массажист должен хорошо знать анатомию, действие отдельных приемов и массажа на организм, основы терапии, травматологии и лечебной физкультуры, физиотерапии. Перед тем как приступить к массажу, следует ознакомиться с анамнезом пациента, его жалобами. Это помогает выбрать приемы, уточнить характер проведения и дозировку процедуры массажа.
- Руки массажиста должны быть теплыми, чистыми, с коротко подстриженными ногтями, без мозолей, ссадин. При сухой коже используют смягчающие кремы или смесь следующего состава:  
глицерин - 25,0, раствор аммиака - 3% 25,0, этиловый спирт - 96% - 5,0.
- Если руки холодные, влажные, то рекомендуется делать ванночки с переменной температурой, заканчивая холодной, затем, растереть руки лимонным соком или водкой, осушить их на воздухе.

Рекомендуются специальные упражнения для кистей и пальцев:

- максимальное разгибание в лучезапястном суставе,
- растяжение между большим и указательным и между всеми пальцами,
- укрепление сгибателей, используя кистевой эспандер,
- упражнения для подвижности лучезапястных, пястно-фаланговых суставов, круговые движения кистью, пальцами,
- упражнения на координацию пальцев.

### РАЗДЕЛ 3. ПРИЕМЫ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ МАССАЖА

## Приемы массажа:

---

- **Поглаживание** - это манипуляция, при которой массирующая рука скользит по коже, не сдвигая ее в складки, с различной степенью надавливания
- **Растирание** - это манипуляция, при которой массирующая рука никогда не скользит по коже, а смещает ее, производя сдвигание, растяжение в различных направлениях
- **Разминание** - фиксация, захват массируемой области, сдавливание, сжимание, раскатывание, раздавливание, само разминание
- **Вибрация** - массирующая рука придает телу массируемого колебательные движения

## 1. Логопедический массаж

---

Массаж - это совокупность приемов механического дозированного воздействия в виде трения, давления, вибрации, проводимых непосредственно на поверхности тела человека.

В коррекционной работе при дизартрии используются следующие виды лечебного массажа:

- Сегментарный - применяется без учета рефлекторного воздействия и проводится вблизи от поврежденного участка тела или на нем,
- Точечный - разновидность лечебного массажа, когда локально воздействуют расслабляющим или стимулирующим способом на БАТ (биологически активные точки) соответственно показаниям.

***Массаж проводится 2-3 раза в неделю.***

---

# Выбор направленности массажа

## Релаксирующая (2 варианта):

- 1) Сочетание поглаживания и легкой вибрации. Исключены приемы растирания и разминания.
- 2) Прием разминания проводится свыше 6 минут на одном рабочем сегменте. Сочетают с поглаживанием и непрерывистой вибрацией (либо прерывисто с малой амплитудой), в течение 1-2 минут на одном рабочем сегменте. Приема растирания нет.

## Тонизирующая:

Растирание 1-2 минуты, разминание 2-6 минут. Сочетают с поглаживанием и вариантами прерывистой вибрации.



Растирания пальцами как одной руки, так и обеих рук



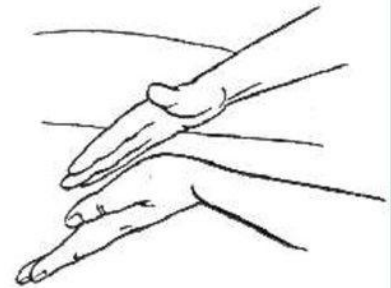
Растирание локтевым краем кисти



Строгание - вспомогательный прием растирания



Пересекание



Пиление

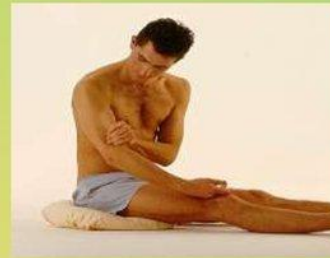


# Формы массажа

Общий



Самомассаж



Частный



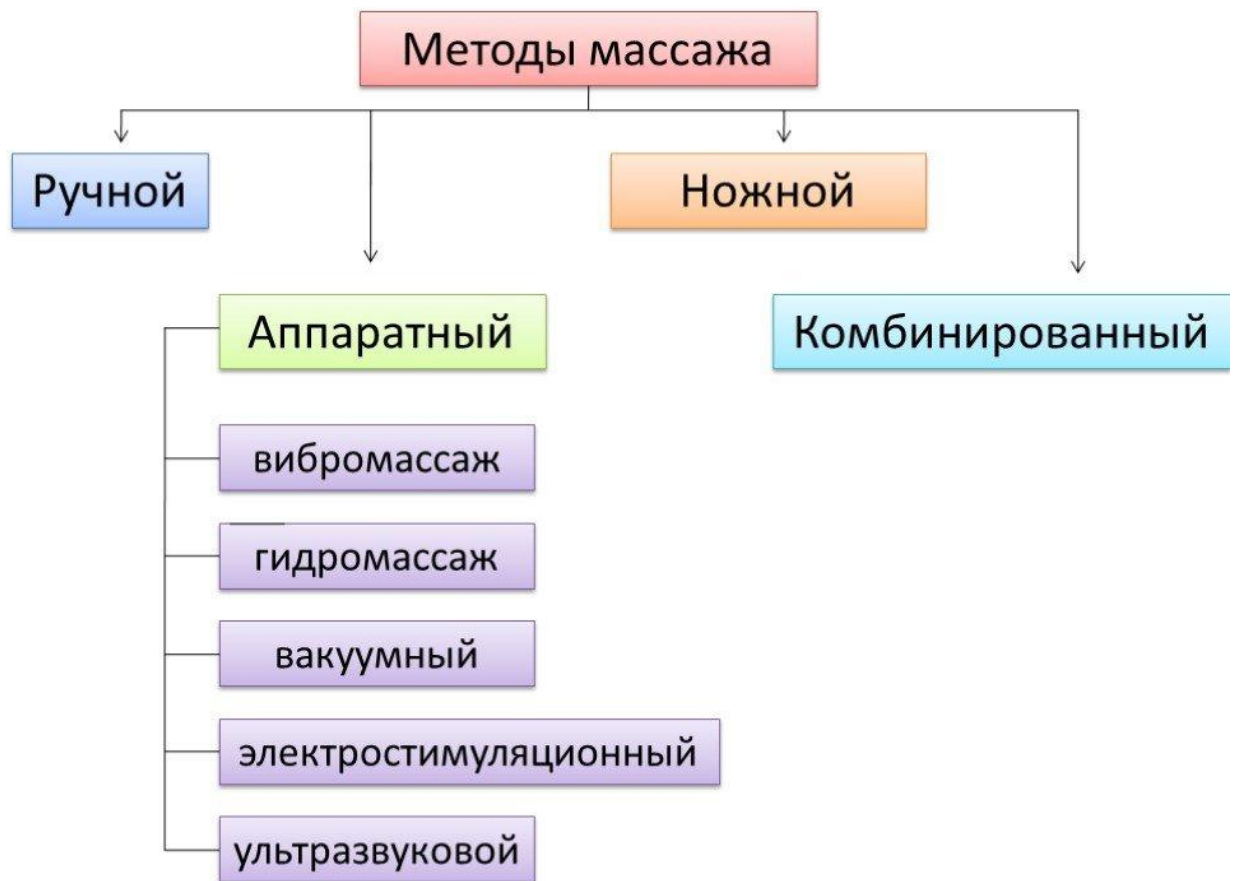
## ФОРМЫ МАССАЖА

- \* Массаж может выполняться в форме:
- \* Частного массажа
- \* Общего массажа
- \* Парного массажа
- \* Самомассажа

## Виды массажа.

Классический.  
Лечебный.  
Расслабляющий.  
(Тибетский, Хиромассаж,  
Стоунтерапия, Тайский  
расслабляющий.)  
Тайский.  
Косметический.  
Аппаратный.  
Для похудения.  
Необычные виды  
массажа.  
Для детей





## **Ручной метод массажа**

является основным, так как осуществляется с помощью многих приемов, дозировка которых широко варьирует:

при необходимости приемы могут выполняться с различной силой, частотой и скоростью, что очень важно для достижения результата

Ручной массаж можно выполнять в различных условиях — дома, на производстве, в бане, в спортивном зале, на спортивной площадке и т. д.





# Методы линейного массажа

○ При **тормозном (седативном)** методе - длительность массажа 5 - 6, направление движения против хода меридиана.



○ При **тонизирующем** - более легкое надавливание, выполняются вдоль меридиана в течение 3 - 10 мин.



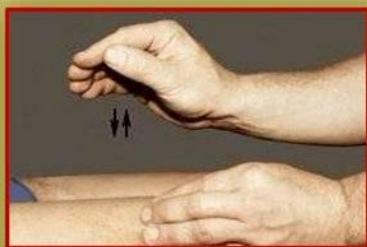
○ **Гармонизирующий (нейтральный)** метод - выполняется надавливание средней силы и колебаний (100 в 1 мин), чередуя движения в течение 8 -10 мин вдоль хода по меридиану.





# Методика и техника массажа

- **1.** Никогда не следует массажировать лимфатические узлы. Ноги должны массироваться от стопы до коленного сустава, руки – от локтевого сустава и до подмышечной впадины, спину – от позвоночника с передвижением в стороны и т.п.
- **2.** Воздействие рук массажиста не должны вызывать болезненных ощущений.
- **3.** Для ускорения процессов лимфо- и кровообращения массаж рекомендуется начать с отдаленной части спины, ближней руки и шеи, после чего переходить в противоположную сторону.



**Поколачивание**



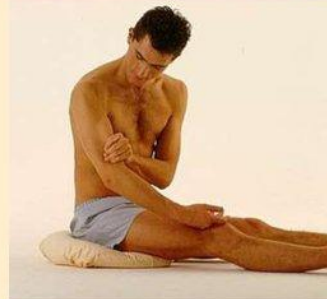
**Похлопывание**



**Рубление**

## Способы выполнения массажа

- В зависимости от того, чем выполняют массаж - руками или аппаратом, различают *аппаратный и ручной массаж*. Сочетанное их применение - это *комбинированный массаж*.
- Техника выполнения массажа. Воздействие на поверхность тела осуществляется *различными способами* (специальными приемами).
- В спортивном массаже - это *поглаживание, выжимание, разминание, растирание, похлопывание, рубление, поколачивание (вибрация)*.
- В лечебном - *поглаживание, растирание, разминание и вибрация*.
- Кроме того, существует *ряд вспомогательных приемов, а также активно-пассивные движения в суставах*. Каждый такой прием выполняется в определенной последовательности и вызывает различные изменения в нервной, мышечной и сердечно-сосудистой системах.



## Показания к массажу

### **Заболевания и травмы опорно-двигательного аппарата:**

- ревматоидный и другие артриты (в подострой и хронической стадии),
- дистрофические процессы в суставах,
- анкилозирующий спондилоартрит (болезнь Бехтерева),
- остеохондроз и другие заболевания позвоночника,
- ушибы и растяжения связок, мышц, сухожилий,
- миозиты,
- переломы (во все периоды),
- вывихи (после вправления и временной иммобилизации),
- контрактуры,
- искривления позвоночника (нарушения осанки и сколиоз),
- плоскостопие, косолапость,

## Причины нарушений опорно-двигательного аппарата

- Приобретенные заболевания и повреждения опорно-двигательного аппарата:
  - ☞ спинного мозга, головного мозга и конечностей;
  - ☞ полиартрит;
  - ☞ Заболевания скелета (туберкулез, опухоли костей, остеомиелит);
  - ☞ Системные заболевания скелета (хондродистрофия, рахит).



- Массаж при травмах и заболеваниях опорно-двигательного аппарата способствует более раннему применению ЛФК и тренировок на тренажерах, предупреждению контрактур, спаек.
- Под влиянием массажа уменьшается (исчезает) боль, отек тканей, ускоряется регенерация и метаболизм тканей, нормализуется функция нервно-мышечного аппарата и др.
- Массаж показан при ушибах, повреждениях капсульно-связочного аппарата, переломах костей, травмах и заболеваниях суставов, подготовке ампутационной культы к протезированию и др.

## МАССАЖ ПРИ ПОВРЕЖДЕНИЯХ МЫШЦ

---

- ✘ Повреждения мышц (микротравмы, растяжение, надрывы, разрывы, ушибы) встречаются довольно часто. Повреждения могут возникать при чрезмерном, внезапном сокращении мышцы, при очень сильном растяжении мышцы в момент ее расслабления.
- ✘ Кроме того, к числу факторов, способствующих повреждениям мышечных волокон, относятся общее и местное охлаждение организма, утомление, перенесенные заболевания и травмы.
- ✘ Повреждения мышц могут быть открытыми и закрытыми. Наиболее часто встречаются закрытые повреждения мышц.
- ✘ Такие повреждения являются следствием внешнего насилия в результате прямой или не прямой травмы, следствием значительного напряжения на фоне дегенеративно-дистрофических процессов, которые приводят к уменьшению механической прочности сухожильно-мышечного аппарата.

## Массаж при артритах

В острой стадии массаж не назначают



## РАЗДЕЛ 5. МАССАЖ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ, НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ.



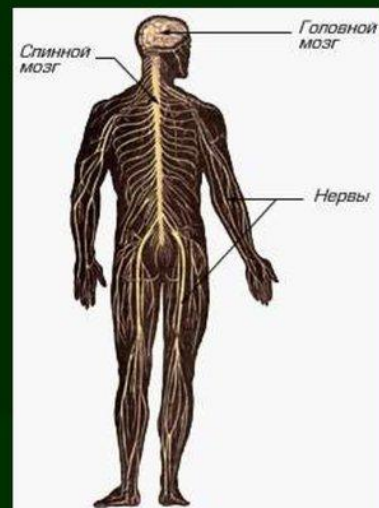
# Действие массажа на нервную систему

Нервная система выполняет самую важную функцию человеческого организма - регулирующую.

Принято различать три отдела нервной системы:

- центральную нервную систему (ЦНС) (головной и спинной мозг);
- периферическую (нервные волокна, соединяющие головной и спинной мозг со все-ми органами);
- вегетативную, которая управляет процессами, происходящими во внутренних органах, не подчиняющихся сознательному контролю и управлению.

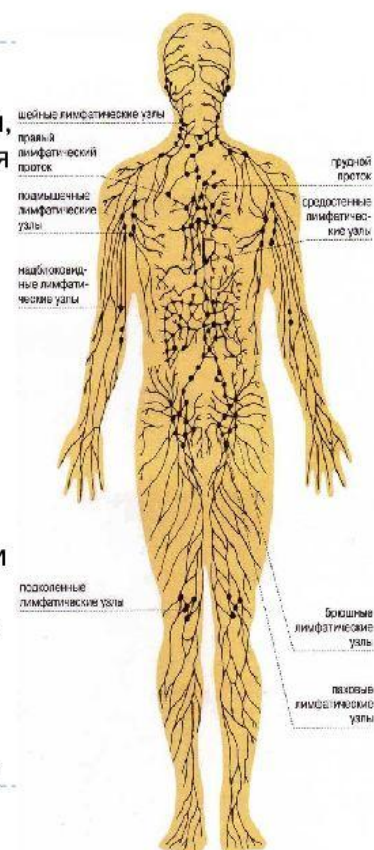
В свою очередь, вегетативная нервная система подразделяется на симпатический и парасимпатический отделы.



## Влияние массажа на лимфатическую систему

Движению лимфы, так же как и венозной крови, способствуют сокращения мышц и присасывающее действие диафрагмы на выдохе. Массажные приемы сдавливают лимфатические сосуды. Это, с одной стороны, улучшает процесс лимфообразования за счет увеличения фильтрационного давления и активизации процессов обмена в тканях, что приводит к увеличению количества лимфы из-за повышения осмотического давления тканевой жидкости, с другой - улучшаются процессы передвижения лимфы за счет усиления отсасывания лимфы из тканей и за счет сокращения мышц.

- ▶ Таким образом, ускоряя движение лимфы и процессы ее образования, массаж увеличивает приток питательных веществ к тканям массируемого участка и освобождает клетки от продуктов обмена и распада.
- ▶ Лимфоток может увеличиваться и рефлекторно. Так, если массировать здоровую конечность и поясницу, то лимфоток увеличивается и в больной ноге (используется в травматологии и хирургии).
- ▶ Лимфоток ускоряется под влиянием растирания, разминания и глубокого поглаживания (выжимания) по направлению к лимфатическим узлам, а ударные приемы вызывают спазм лимфатических сосудов.



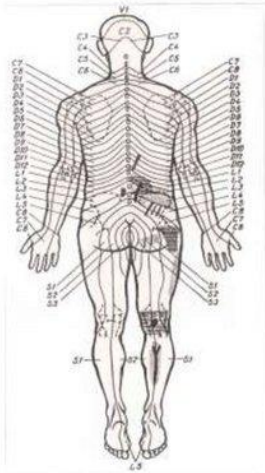


## Вид массажа

## Лечебный

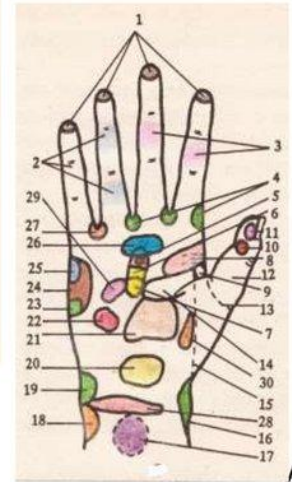
### II. Рефлекторно-сегментарный

- Обосновал А.Е. Щербак
- При заболеваниях м.б. рефлекторные изменения кожи, мышц, органов
- Не прямое действие на орган, не в зоне больного органа
- Массаж в зоне отраженной боли (Захарьина – Геда)
- Все приемы классического массажа

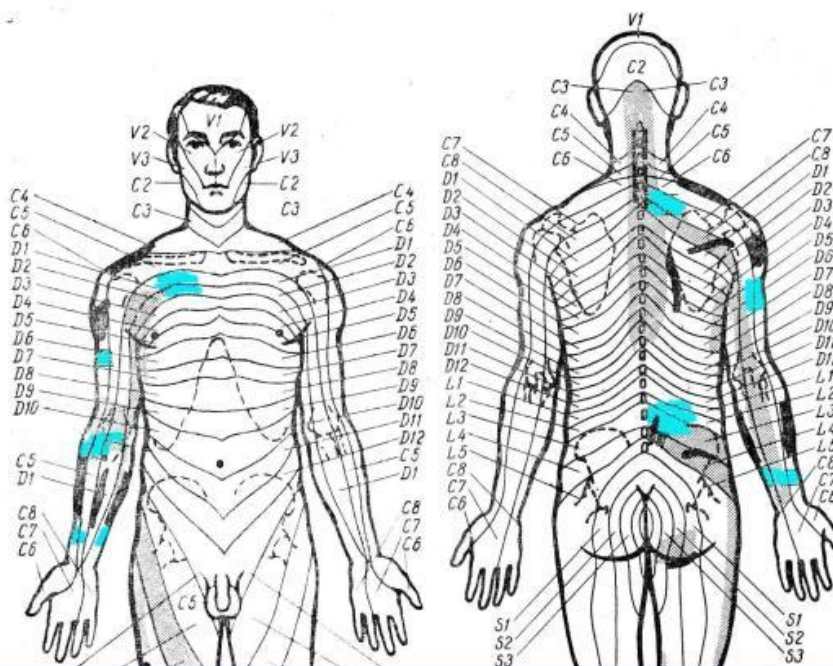


а: 1 — околоносовые пазухи, 2 — слух, 3 — нервная система, 4 — зрение, 5 — тимус, 6 — надпочечники, 7 — почка, 8 — желудок, 9 — клетка, гортань, 10 — эпифиз, 11 — ободочная кишка, 12 — головной мозг, 13 — шея, 14 — ободочная кишка, 15 — позвонок, 16 — половые органы, 17 — пояснично — крестцовая область, 18 — яичко, 19 — суставы нижней конечности, 20 — мочевой пузырь, 21 — кишки, 22 — аппендикс, 23 — желчный пузырь, 24 — печень, 25 — суставы верхней конечности, 26 — легкие, 27 — уши, 28 — геморроидальные узлы, 29 — поджелудочная железа, 30 — щитовидная железа;

б: 1 — околоносовые пазухи, 2 — нервная система, 3 — нервная система, 4 — гипофиз, 5 — эпифиз, 6 — глотка, гортань, 7 — желудочек, 8 — тимус, 9 — зрение, 10 — зрение, 11 — головной мозг (психическая сфера), 12 — позвонок, 13 — щитовидная железа, 14 — геморроидальные узлы, 15 — половые органы, 16 — легкие, 17 — надпочечники, 18 — суставы верхней конечности, 19 — сердце, 20 — поджелудочная железа, 21 — селезенка, 22 — кишки, 23 — мочевой пузырь, 24 — суставы нижней конечности, 25 — яичко, 26 — пояснично-крестцовая область, 27 — ободочная кишка, 28 — уши

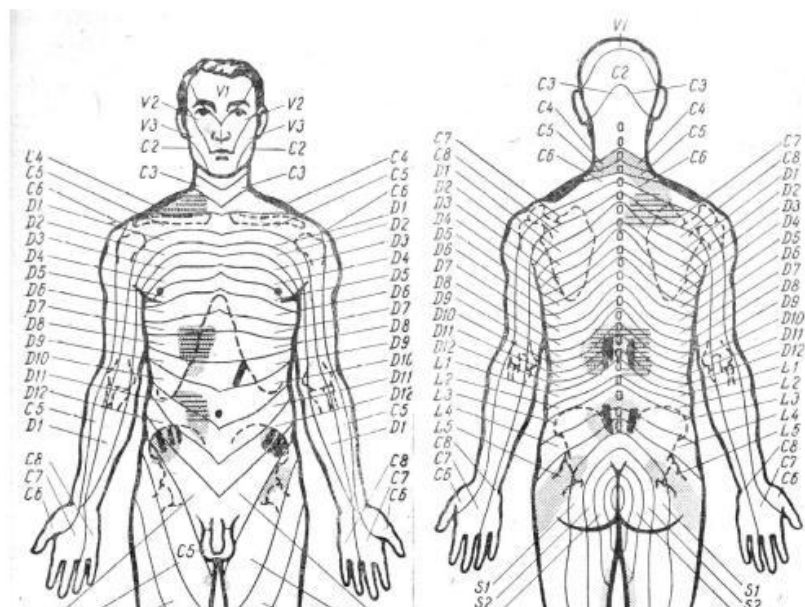


Рефлекторные изменения при ишиалгии  
**горизонтальные** – гиперальгезия  
**черные линии** - изменения в мышцах  
**сетка** – изменения в соединительной ткани



**Сегментарные изменения при заболеваниях сосудов верхних конечностей  
Изменения в коже (зоны гиперальгезии)**

- область затылка (C3—Th1)
- плечо (C5— C7)
- передняя поверхность грудной клетки (Th1—Th2)
- локтевой сгиб (C5—C6)
- область лучезапястного сустава (C5--6 и C8).



**Изменения в мышцах:**

- трапециевидная (C6);
- прямая мышца живота (Th9);
- подвздошная (начало Th12, L1) с обеих сторон длинная (Th9-Th12);
- крестцово-остистая (L3—L5).

**Изменения в надкостнице:**

- крестец, подвздошная кость, лобковая кость, нижние ребра.

**Максимальные точки:**

- длинная мышца, крестцово-остистая мышца, прямая мышца живота.

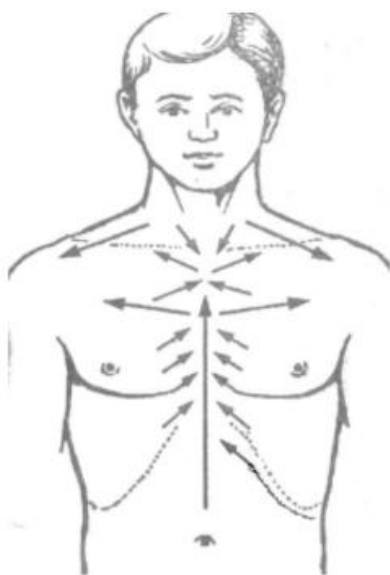


№ позвонка	Органы и части тела, функция которых зависит от правильного положения позвонка	Симптомы и болезни, которые возникают при патологии позвонков
C1	Гипофиз, внутреннее ухо, мозг, симпатическая нервная система	Головные боли, нервозность, повышение артериального давления, мигрени, бессонница
C2	Глаза, зрительный и слуховой нервы, височные кости	Заболевания глаз, аллергия, снижение слуха, обмороки
C3	Щеки, наружное ухо, лицевой нерв, зубы	Невралгии, невриты, угри
C4	Нос, губы, рот, евстахиева труба	Нарушение слуха, увеличенные аденоиды
C5		
C6	Голосовые связки	Тонзиллит, ларингит, фарингит
C7	Мышцы шеи, плечей, предплечья	Боль в шее, в плечах, в области затылка
Th1		
Th2	Щитовидная железа, плечевой сустав, локтевой сустав	Гипотиреоз, нарушение подвижности в плечах и локте
Th3	Руки, запястья и ладони, пищевод и трахея	Астма, кашель, боль в руках и ладонях
Th4	Руки, запястья и ладони, пищевод и трахея	Аритмия, боли за грудиной, ишемическая болезнь сердца
Th5		
Th6	Бронхи, легкие, плевра, грудь и соски	Бронхиты, астма, плевриты, пневмония
Th7	Желчный пузырь, общий желчный проток	Камни в желчном пузыре, желтуха, нарушение усвоения жиров
Th8	Печень, солнечное сплетение	Нарушение работы печени, желтуха, нарушение свертываемости крови
Th9	Печень, солнечное сплетение	Гастриты, язвы, расстройства пищеварения
Th10	Поджелудочная железа, двенадцатиперстная кишка	Диабет, язвы, расстройства пищеварения и стула
Th11	Селезенка и диафрагма	Расстройства пищеварения, икота, нарушение дыхания
Th12	Надпочечники	Аллергия, нарушения работы иммунной системы
L1		
L2		
L3		
L4		
L5		
Os sacrum		
Крестец	Бедренные кости, ягодицы	Боль в крестце
Копчик	Прямая кишка, задний проход	Геморрой, нарушение функции тазовых органов



## ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ **МАССАЖА ЖИВОТА**

1. Снятие повышенного мышечного напряжения органов, протоков, сосудов
2. Снятие спазма, который мешает:
  - питанию и самовосстановлению органа;
  - протеканию пищеварительных соков и ферментов по протокам;
  - движению каждого органа в необходимых направлениях.



### **4. Массаж вентральной поверхности**

**туловища** применяют при всех заболеваниях внутренних органов (работают прежде всего в эпигастральном углу); люмбаго, ишиалгии; болезни Бехтерева.

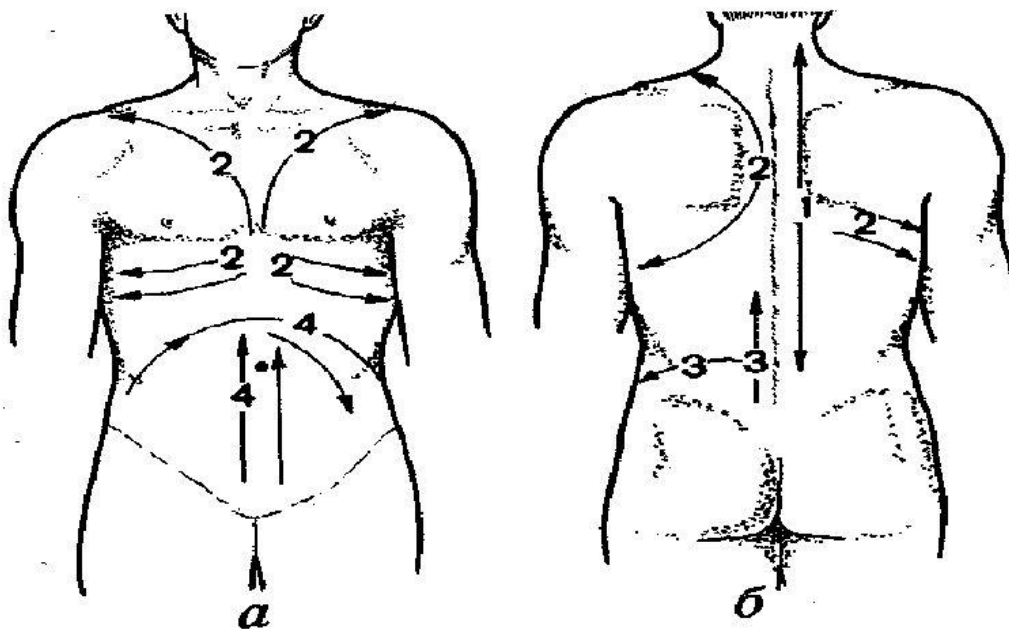
Больной лежит на спине, массажист стоит рядом.

**Короткие массажные; движения по грудино-реберным сочленениям от мечевидного отростка до яремной вырезки.** Все движения выполняют по направлению к груди.

**Поясное, охватывающее движение по тем же линиям,** начиная с уровня передней подмышечной линии. Сдвиг тканей и лечебное натяжение осуществляют в правую сторону к краю кости.

**Схема проведения баночного массажа:**

- 1 — при остеохондрозе позвоночника, люмбаго;
- 2 — при пневмониях, бронхитах;
- 3 — при миозитах, пояснично-крестцовом радикулите;
- 4 — при колитах, гипертонической болезни



**РАЗДЕЛ 6. МАССАЖ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ, НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ, ПРИ НАРУШЕНИЯХ ОБМЕНА ВЕЩЕСТВ.**

# **МАССАЖ ПРИ ХРОНИЧЕСКИХ ГАСТРИТАХ**

## **Массаж при гастрите с пониженной секрецией**



## Перкуссионный массаж

- Перкуссионный массаж выполняется с помощью постукивания. Он помогает восстановить нормальный дыхательный процесс и улучшает вентиляцию в бронхах и легких.
- Данный вид массажа выполняется на спине и груди. Для этого массажист помещает ладонь левой руки на массируемый участок, а правой рукой наносит удары. Они должны быть ритмичными и выполняться в среднем темпе (50—60 ударов в минуту).
- Сначала следует провести массажирование грудной области, а затем спинной. Движения идут в продольном направлении прямолинейно от нижней реберной дуги до подключичной области, от нижнего края лопаток по лопаткам до верхней зоны.
- Все удары проводятся на симметричных участках.



## Заболевания кишечника Массаж при спастическом колите



### 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Массаж (модуля)» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

*Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.*

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

*Подготовка к занятию семинарского типа.*

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Для реализации дисциплины необходим медицинский массажный стол, крем, пленка, набор массажных элементов.

*Самостоятельная работа.*

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

### ***Виды самостоятельной работы.***

#### ***Работа с литературой.***

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанно читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

#### ***Методические рекомендации по составлению конспекта:***

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и

выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

#### ***Методические материалы по самостоятельному решению задач***

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

#### ***Методические материалы к выполнению реферата***

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.



Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

### **Алгоритм работы над рефератом**

#### **1. Выбор темы**

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

#### **3. Основные требования к введению:**

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

#### **4. Требования к основной части реферата:**

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

#### **5. Требования к заключению:**

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

***Критерии оценки реферата***

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

***Методические материалы к выполнению эссе***

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

***Критерии оценки эссе:***

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

#### ***Методические материалы по выполнению доклада.***

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

#### ***Критерии оценки доклада***

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

#### ***Презентация***

##### ***Методические материалы к презентациям***

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
  - наименование факультета;
  - тема презентации;
  - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
  - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
  - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

#### ***Критерии оценки презентации***

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.

2. Правильность оформления титульного слайда.

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

#### ***Методические материалы по подготовке к опросу***

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

#### ***Критерии оценки опроса***

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;



– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

### ***Методические материалы по выполнению практического задания***

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

### ***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

### ***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

***Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.***

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

#### ***3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)***

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

#### ***3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося***

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<b>ИТОГО:</b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае не ликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

### ***3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося***

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).



## КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

### 1. Массаж.

2. **Тема 1. 1. Краткая история массажа. Физиологическое влияние массажа на организм.**

3. Цели занятия: рассмотреть историю массажа, физиологическое влияние массажа на организм.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Влияние массажа на кожу, нервную, кровеносную и лимфатическую системы, мышцы, суставно-связочный аппарат, обмен веществ и функцию выделения.	лекция, диалог, рассказ.

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

**Краткая история массажа. Физиологическое влияние массажа на организм.**

1. Тема лекционного занятия.

2.

### **Первые приемы массажа описаны в Китае и Индии.**

В Китае начали применять массаж с третьего тысячелетия до н. э. Поначалу его использовали для снятия усталости, лечения спазма мышц, вывихов, ревматических болей. Делая массаж, китайцы производили особые подергивания в суставах, иногда даже слышался треск. В древнекитайском трактате содержатся данные об использовании пассивного движения конечностей, что в наше время практикуется в шведском массаже.

В Древней Индии более четырёх тысяч лет назад применяли растирание тела для лечения и предупреждения болезней. С тех пор массаж считается неотъемлемой составляющей индийской культуры – матери делают массаж новорожденным, накануне свадьбы молодожёнов обязательно массируют. Индусы часто соединяли массаж с паровыми банями.

Много веков назад царица Клеопатра во время пиров устраивала себе церемонию массажа ног. Древние египтяне стремились к физическому совершенству, поэтому массаж был частью ухода за телом. Знаменитые медицинские центры Египта состояли из спортивных площадок, тренировочных залов и комнат для массажа.

Данную процедуру применяли на инстинктивном уровне. Массаж выражался в поглаживании, растирании, разминании больного места. Одни учёные считают, что термин «массаж» произошёл от арабского слова и означает «касаться, нежно надавливать». Другие авторы полагают, что данное понятие в переводе с греческого языка — значит «сжимать руками».

В Древней Греции массаж применяли, когда требовалось справиться с боевыми увечьями, спортивными травмами или усталостью. Отец современной медицины, Гиппократ, утверждал, что искусный лекарь должен обязательно владеть искусством массажа и прописывал ароматические ванны для хорошего здоровья.

Древние римляне не представляли свою жизнь без растирания и включали его во многие ритуалы. Богатые жители считали обычным делом втирание в усталые мышцы подогретого растительного масла. После этого следовал общий массаж тела для улучшения циркуляции крови.

В средние времена арабский мир стал центром науки и культуры. Авиценна написал известный во всём мире «Канон врачебной науки», где собрал взгляды и опыт римских, греческих и индийских врачей, а также описал способы лечения позвоночника и разновидности массажа. Массаж проводили в банях, в отдельных сухих и нагретых комнатах.

А в Европе католическая церковь объявила массаж страшным грехом, утверждая, что прикосновения связаны с плотскими утехами. Техника массажа стала уделом знахарок и повитух и передавалась исключительно по материнской линии. К этому умению относились с подозрением, поэтому женщины рисковали попасть на костёр. И только эпоха Возрождения возродила уважение к классической медицине, и постепенно массаж стал востребованным. А путешественники-европейцы выяснили, как высоко ценится данная процедура в других культурах.

До 19 века массаж не был обоснован наукой. Позже образовалось Общество профессиональных массажистов. В Лондоне при больнице Святого Георгия открыли отделение массажа, а шведский массаж стал важной частью медицинской практики. Появились первые экспериментальные и клинические работы по массажу, началось совершенствование методики и техники массажа. И медицинский массаж превратился в целостную систему, что способствует приведению тела, ума и эмоций в равновесие.

### *Механизм физиологического действия массажа на организм*

Сущность массажа заключается в нанесении телу пациента раздражений различной интенсивности и силы. В механизме физиологического действия массажа на организм главная роль принадлежит нервной системе. Механическое раздражение, производимое руками массажиста, в первую очередь воспринимают нервные рецепторы, связанные нервными волокнами с соматической и вегетативной нервной системой. Происходит превращение механической энергии в энергию нервного импульса. От рецепторов по афферентным (чувствительным) нервным волокнам импульсы поступают в центральную нервную систему, а оттуда по эфферентным (двигательным) волокнам на периферию к мышцам, сосудам, внутренним органам. На периферии в мышцах, сосудах и во внутренних органах, под влиянием эфферентных нервных импульсов возникает рефлекторная реакция, которая проявляется в виде определённых изменений функционального состояния различных внутренних органов и систем. Механический фактор физиологического действия массажа. Этот фактор в организме имеет место, но не играет существенной роли. Под влиянием механического действия очищается кожа больного, смещаются и растягиваются другие ткани, улучшается подвижность суставов и эластичность тканей, а также их сопротивляемость механическому воздействию.

### *Физиологическое влияние массажа на кожу и подкожно-жировую клетчатку*

Под влиянием массажа кожа больного очищается от остатков выделений кожных желёз, от роговых чешуек поверхностного слоя эпидермиса, опорожняются выводные протоки кожных и сальных желёз, в коже улучшается кровообращение, трофика, обмен и регенерация. Благодаря улучшению кровообращения ликвидируются отёки и застойные явления в коже и подкожной клетчатке, а бледная, сухая, вялая, дряблая кожа становится розовой, упругой, бархатистой. Массаж усиливает сопротивляемость кожи к механическим и температурным воздействиям. Механическая энергия во время массажа превращается в тепловую. Благодаря этому повышается местная температура кожи и подкожной клетчатки массируемой области, усиливается прилив крови к тканям массируемого участка. Улучшение обмена веществ в коже и подкожной клетчатке приводит к улучшению обмена веществ во всём организме. Установлено, что массаж приводит к уменьшению жира в жировых депо, но не прямым влиянием массажа на жировую ткань, а за счёт усиления общих обменных процессов.

### *Физиологическое влияние массажа на сердечно-сосудистую и лимфатическую системы*

В капиллярах происходит процесс обмена веществ между кровью и тканями. Через стенку капилляров кислород и питательные вещества переходят из крови в ткани. Из тканей в кровь переходит углекислый газ и продукты распада. Этот процесс значительно усиливается под действием массажа. Массаж прежде всего оказывает существенное влияние на кожные капилляры, которые являются обширной рефлексогенной зоной в сосудистой системе. Поэтому расширение кожных капилляров под воздействием массажа усиливает обмен, питание и регенерацию тканей всего организма. Массаж также вызывает раскрытие резервных капилляров и усиливает венозный отток. Это приводит к ускорению удаления продуктов распада, выпотов, патологических отложений, уменьшает застойные явления и отёк. Под влиянием массажа в крови увеличивается количество гемоглобина, эритроцитов, тромбоцитов и лейкоцитов, особенно при малокровии. Массаж облегчает работу сердца путём нормализации тонуса крупных и мелких сосудов артериального и венозного русла. Массаж оказывает большое влияние и на лимфатическую систему. Лимфа, являясь посредником между кровью и клетками тканей, непосредственно омывает каждую клетку и через неё происходит обмен веществ между кровью и тканями. Поэтому ускорение тока лимфы под влиянием массажа создаёт благоприятные условия для обмена веществ между кровью и тканями.

### *Физиологическое влияние массажа на мышечную систему и суставно-связочный аппарат*

Под влиянием массажа повышается эластичность мышечных волокон, улучшается сократительная функция, предупреждается и уменьшается мышечная атрофия, улучшаются обмен и усвоение мышечными клетками различных веществ, лимфо- и кровообращение в мышцах, их питание и регенерация. Во время массажа мышцы высвобождаются из рубцов и спаек. Сократительная функция мышц особенно заметно повышается при вялых парезах и параличах. Массаж снимает мышечное утомление и повышает работоспособность мышц. Лёгкий, кратковременный массаж быстрее восстанавливает работоспособность утомлённых мышц, чем кратковременный пассивный отдых. Под влиянием массажа улучшается кровообращение в суставах и мягких тканях, окружающих суставы, укрепляется сумочно-связочный аппарат, ускоряется рассасывание суставных выпотов и патологических отложений, улучшается функция синовиальной оболочки и подвижность суставов. При лечении суставных заболеваний большое значение имеет массаж мышц, имеющих непосредственное отношение к больному суставу, а также мест прикрепления к костям сухожилий, связок

и суставных сумок. В местах прикрепления к кости сухожилий и связок создаются условия для отложения солей и остаточного воспаления. Часто эти места бывают очень болезненны и массировать их следует осторожно. Благодаря улучшению кровоснабжения тканей, окружающих суставы, смещению и растяжению тканей во время массажа ликвидируются спайки, предупреждается сморщивание периартикулярных тканей, что улучшает функцию суставов.

#### ***Физиологическое влияние массажа на нервную систему***

Нервная система первая воспринимает механическое раздражение, наносимое на кожу пациента руками массажиста во время массажа. Применяя различные массажные приёмы, меняя их силу и продолжительность воздействия, можно изменять функциональное состояние коры головного мозга, снижать или повышать возбудимость центральной нервной системы, усиливать или оживлять утраченные рефлексы, улучшать питание и газообмен нервных волокон и проводимость нервных импульсов. Субъективные ощущения во время массажа при правильном выборе массажных приёмов, методики и техники массажа и при точной дозировке выражаются в ощущении приятной теплоты во всём теле, улучшении общего самочувствия, повышении общего тонуса и физической удовлетворённости. При неправильном применении массажа может возникнуть общая слабость, чувство разбитости, раздражительности, сердцебиение, боли, головокружения и прочее. Из всех массажных приёмов наиболее выраженным рефлекторным действием на нервную систему обладает механическая вибрация. Отечественная физиология показала, что между силой раздражения и ответной реакцией существует сложная зависимость. Установлено, что лёгкое, медленное поглаживание и растирание снижают возбудимость тканей, устраняют боли и оказывают успокаивающее влияние на нервную систему. Наоборот, при энергичном и быстром поглаживании, растирании повышается степень раздражительных процессов. Такие зоны называют рефлексогенными. Эти зоны богаты вегетативной иннервацией. Избирательный массаж в этих зонах получил название рефлекторно-сегментарного.

**Взаимодействие с аудиторией** (метод получения обратной связи, вопросы и ответы, последовательная коммуникация, примеры, изучение потребностей, групповые предложения.)

**Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)**

## **КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

- 1. Массаж.**
- 2. Тема практического занятия: Тема 3.1. Приемы, формы и методы массажа.**



3. Цели занятия: изучить основные приемы, применяемые в классическом, лечебном и спортивном массаже; изучить формы и методы массажа.

4.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Физиология, методика и техника выполнения приема поглаживания. Физиология, методика и техника выполнения приема выжимания. Физиология, методика и техника выполнения приема движения. Сегментарный массаж. Точечный массаж. Соединительнотканый массаж. Периостальный массаж.	объяснительно-наглядный (репродуктивный) (контроль, прием массажных техник).

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

**Задачи на занятие:**

кейс-задание.

Перечень кейс-заданий к разделу 3:

1. Физиологическое влияние приемов **поглаживания**. Разновидности приема. Последовательность, методика и техника выполнения приема. Практическая отработка приема на участке (по выбору).

2. Физиологическое влияние приемов **выжимания**. Разновидности приема. Последовательность, методика и техника выполнения приема. Практическая отработка приема на участке (по выбору).

3. Физиологическое влияние приемов **разминания**. Разновидности приема. Последовательность, методика и техника выполнения приема. Практическая отработка приема на участке (по выбору).

4. Физиологическое влияние приемов **растирания**. Разновидности приема. Последовательность, методика и техника выполнения приема. Практическая отработка приема на участке (по выбору).

5. Физиологическое влияние приемов - **вибраций, ударных приемов**. Разновидности приема. Последовательность, методика и техника выполнения приема. Практическая отработка приема на участке (по выбору).

6. Физиологическое влияние приемов - **активные и пассивные движения, движения с сопротивлением**. Разновидности приема. Последовательность, методика и техника выполнения приема. Практическая отработка приема на участке (по выбору).

7. Физиологическое влияние приемов - **сотрясающие приемы**. Разновидности приема. Последовательность, методика и техника выполнения приема. Практическая отработка приема на участке (по выбору).

Требования к выполнению практического задания:

При выполнении практического задания необходимо выполнить одно из заданий по выбору.

1. **Массаж.**

2. Тема практического занятия: **Тема 4.1. Массаж при травматических повреждениях и заболеваниях опорно-двигательного аппарата.**

3. Цели занятия: рассмотреть особенности массажа при травматических повреждениях и заболеваниях ОДА.

4.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методика массажа при ушибах. Методика массажа при растяжении связок суставов. Методика массажа после оперативного лечения привычного вывиха плеча. Методика массажа при переломах длинных трубчатых костей. Методика массажа при травмах кисти и стопы. Методика массажа при переломе позвоночника (без нарушения целостности спинного мозга). Методика массажа при переломе ключицы. Методика массажа при переломе лопатки. Методика массажа при переломе костей таза. Методика массажа при разрыве пяточного (ахиллова) сухожилия. Методика массажа при повреждении менисков коленного сустава. Методика массажа при артрозе. Методика массажа при контрактурах и тугоподвижности суставов. Методика массажа при плоскостопии. Методика массажа при сколиозах.	объяснительно-наглядный (репродуктивный) (контроль, обратная связь).

## 5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

**Задачи на занятие:**

**конспект по лечебному массажу с практической отработкой (заболевание/травма по тематике раздела на выбор)**

Схема составления конспекта к разделу 4:

Номер сеанса массажа по счету:

Диагноз:

Стадия заболевания:

Реактивность организма массируемого:

Пол:

Возраст:

Конституция:

Задачи процедуры массажа:

№ п/п	Область массажа	ИПП	Виды массажа, приемы массажа	Методические указания

Замечания по проведению процедуры массажа

---



---

**Требования к выполнению практического задания:**

При выполнении практического задания необходимо составить конспект на основе одного из заболевания/ или травмы по тематике раздела на выбор.

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждены и введены в действие решением кафедры адаптивной физической культуры, рекреации и междисциплинарной медицины лечебного факультета на основании Федерального государственного образовательного стандарта бакалавриата по направлению подготовки <i>49.03.01 Физическая культура</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017г № 940	Протокол заседания кафедры адаптивной физической культуры, рекреации и междисциплинарной медицины лечебного факультета № 10 от «26» апреля 2023 года	01.09.2023



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой физической культуры,  
спорта и здорового образа жизни

А. С. Махов

07 марта 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**Маркетинг в сфере физической культуры и спорта (МОДУЛЯ)**

**Направление подготовки  
49.03.01. «Физическая культура»**

**Направленность  
«Физкультурное образование»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения  
Очная, заочная**

Москва 2023



Методические материалы по дисциплине (модулю) «Маркетинг в сфере физической культуры и спорта (модуля)» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки 49.03.01 *Физическая культура*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017гг № 940, с изменениями от 26.11.2020 № 1456, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 49.03.01 «*Физическая культура*».

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: кандидата педагогических наук, доцента Латушкиной Е. Н.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры физической культуры, спорта и здорового образа жизни

Протокол № 7 от 06 марта 2023 года

Заведующий кафедрой  
Доктор педагогических  
наук, доцент



А.С. Махов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Автономная некоммерческая организация  
«Профессиональный клуб женской  
гимнастики «Олимпия»,  
Президент, тренер-преподаватель по спорту



Л.Н. Ступаченко

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Кандидат педагогических наук, доцент,  
доцент кафедры физической культуры,  
спорта и здорового образа жизни РГСУ



Е. Д. Бакулина

\_\_\_\_\_  
(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ .....	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю) .....	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	9
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ .....	42
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ .....	51
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) .....	51
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося .....	51
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	52
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....	54
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....	54
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	63
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)...	63
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....	70

# 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЗАНЯТИЯМ

## 1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

### Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
<b>РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.</b>	
<b>Тема 1.1. Сущность маркетинга в сфере физической культуры и спорта.</b>	формирование у обучающихся знаний о понятийном аппарате дисциплины «Маркетинг в сфере физической культуры и спорта», функциях маркетинга и направления их реализации в физической культуре и спорте как сфере услуг, умений работать с регламентирующими документами для выполнения организационно-методических и управленческих функций в своей профессиональной деятельности.
<b>РАЗДЕЛ 2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ. КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.</b>	
<b>Тема 2.1. Производственная политика физкультурно-спортивных организаций. Качество и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг.</b>	развитие и обучающихся готовности к проектной деятельности по разработке физкультурно-спортивных услуг с учетом педагогических и материально-технических возможностей и условий их реализации физкультурно-спортивными организациями, к оценке качества и конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг и организаций.
<b>РАЗДЕЛ 3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.</b>	
<b>Тема 3.1. Ценообразование в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг.</b>	формирование у обучающихся знаний о ценовой политике в маркетинге, способах и методах формирования цены на физкультурно-спортивные услуги.



## **1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)**

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная

модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

### **Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)**

## **РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.**

### **Тема 1.1. Сущность маркетинга в сфере физической культуры и спорта.**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Понятие и основополагающие цели маркетинга в сфере физической культуры и спорта
2. Основная задача маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности
3. Объекты маркетинга в сфере физической культуры и спорта
4. Субъекты маркетинговых отношений в физической культуре и спорте как сфере услуг
5. Основные направления и особенности маркетинговой деятельности в физической культуре и спорте как сфере услуг

6. Основные функции маркетинга и направления их реализации в физической культуре и спорте как сфере услуг

7. Принципы маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности

## **РАЗДЕЛ 2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ. КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.**

### **Тема 2.1. Производственная политика физкультурно-спортивных организаций. Качество и конкурентоспособность физкультурно-спортивных услуг.**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Понятие и отличительные маркетинговые характеристики физкультурно-спортивных услуг
2. Физкультурно-спортивные услуги как товар
3. Слагаемые физкультурно-спортивной услуги
4. Коммерческие характеристики услуг спортивных организаций
5. Проблемное содержание маркетинговой деятельности, связанной с проектированием и организацией производства физкультурно-спортивных услуг
6. Разработка замысла физкультурно-спортивных услуг
7. Формирование и оптимизация ассортимента основных, сопутствующих и дополнительных услуг отрасли «Физическая культура и спорт»
8. Формирование и оптимизация характеристик услуг, предоставляемых физкультурно-спортивными организациями
9. Жизненный цикл физкультурно-спортивной услуги и характеристика его стадий
10. Рыночное позиционирование физкультурно-спортивных услуг
11. Понятие и аспекты качества услуг
12. Основные показатели качества физкультурно-спортивных услуг. Методика оценки качества физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга
13. Понятие, уровни, виды и особенности конкуренции на рынке отрасли «Физическая культура и спорт»
14. Ведущие типы конкурентных стратегий, реализуемых физкультурно-спортивными организациями
15. Основные факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг
16. Методика оценки конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга

## **РАЗДЕЛ 3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.**

### **Тема 3.1. Ценообразование в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг.**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Цена: понятие, основные функции, маркетинговое значение
2. Ценовая политика в маркетинге: сущность и этапы ее формирования
3. Факторы, влияющие на ценообразование
4. Цели, стратегии и задачи ценовой политики физкультурно-спортивных организаций
5. Методы и процедуры формирования базовой цены на физкультурно-спортивные услуги
6. Основные методы адаптации цен на физкультурно-спортивные услуги к условиям рынка

#### *1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)*

## **РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.**





Маркетинг в сфере ФКиС является составной частью общего маркетинга. Ориентация на рыночное производство товаров и услуг сферы ФКиС предполагает более высокую степень организации, технического оснащения, профессиональной подготовки.

Маркетинг не может быть создан одномоментно, он формируется постепенно. Для сферы ФКиС он начинается не столько с изучения рынка, сколько с формирования структуры услуг, рекламы, политики цен.

Программы маркетинга имеют различное назначение. Это может быть программа, определяющая деятельность отдельного производителя товаров и услуг ФКиС на рынке.

С каждым годом физическая активность и спорт все в большей степени проникают в повседневную жизнь людей повсеместно возрастает количество спортивных клубов и организаций, увеличивается число людей, приобщающихся к спорту, растет количество и качество спортивных средств массовой информации. В условиях глобализации экономических отношений, свободы передвижения людей и обмена информацией, постоянно увеличивается число спортивных болельщиков, присутствующих на соревнованиях лично, наблюдающих за ними по телевидению, слушающих радиотрансляции или обращающихся к компьютерным сетям. Ныне во многих странах сформировался спортивный стиль в одежде и образе жизни. На потребности людей соответствующим образом реагирует рынок: фирмы-производители спортивных товаров и услуг расширяют ассортимент

Высокий спрос на спортивные товары и услуги предъявляют и профессиональные спортсмены, тренеры, клубные и иные физкультурно-спортивные организации. Эта часть потребительского спроса весьма специфична своими повышенными требованиями к качеству спортивной продукции, удобству и надежности ее эксплуатации.

Складывающиеся на современных спортивных рынках тенденции вместе с массовым спросом обеспечивают производителям спортивной продукции и услуг огромные прибыли, за обладание которыми идет жесткая конкурентная борьба. Конкуренция проявляется во всех компонентах бизнеса, дает о себе знать при любом промахе или ошибке в рекламе, в научно-исследовательских разработках, в ценообразовании, в прогнозировании и формировании спроса, в сбыте продукции.

Выиграть конкурентную борьбу в условиях постоянного противоборства с соперничающими фирмами-производителями и спортивными организациями можно лишь прибегнув к маркетингу, который представляет собой комплекс наук прикладного характера о рынке и рыночных взаимосвязях. В более точной формулировке маркетинг (от англ. Marketing

Спортивный маркетинг представляет собой составную часть общего маркетинга, имеющего свои специфические черты и особенности. В частности, в поле зрения спортивного маркетинга попадают такие особые объекты и отношения, как болельщики, спонсоры, купля-продажа спортсменов, массовый спорт, спортивный бизнес, здоровый образ жизни и многое другое.

Спортивный маркетинг как наука и практический инструментальный стал формироваться к середине XX в., когда производство и потребление спортивных товаров и услуг значительно расширились, а соперничество за клиентуру и сбыт обострилось. Борьба за потребителя в этот период достигает такой стадии, когда обеспечить своему товару сбыт производитель мог только благодаря маркетинговым мероприятиям. Покупатели за счет расширения выбора предоставляемых им услуг стали более разборчивыми и требовательными, именно они начали диктовать производителям свои условия, а не наоборот. Таким образом, ко второй половине XX в. многие фирмы-производители и профессиональные спортивные организации отчетливо осознают тот факт, что потребители предприятия, болельщики спортклуба - один из фундаментальных компонентов успешного бизнеса, для их привлечения и удержания маркетинг просто необходим.

Основная цель любого коммерческого предприятия или профессиональной спортивной организации, работающих в условиях рынка - получение прибыли. Как максимизировать прибыль и что для этого следует предпринять это краеугольные вопросы всякого бизнеса. Из экономической теории известно, что прибыль представляет собой разницу между ценой продажи продукта и издержками производства. Из приведенного выражения следует, что для максимизации прибыли следует либо повышать цену



продукта, либо снижать издержки его производства. Однако здесь имеются два весьма существенных обстоятельства: во-первых, конкуренция не позволяет сколько-нибудь значительно повышать цены (если только речь не идет о совершенно новом товаре, у которого нет близких аналогов); во-вторых, снижать издержки фирма-производитель (или продавец) может только до определенного предела, ниже которого предприятие не может работать с прибылью.

Сказанное, конечно, не означает, что производственная фирма или спортивная организация не должны заботиться об адекватной системе ценообразования или о снижении издержек. Однако в современной экономике с ее огромными рынками сбыта и самыми разнообразными потребностями существуют и иные пути максимизации прибыли. Например, общую прибыль стадион может увеличить не за счет высоких цен на входные билеты, а за счет увеличения количества продаж (то есть, за счет оборота). Кроме того, сбыт спортивной продукции можно увеличить за счет интенсивной рекламы, повышения качества товаров и услуг, а также за счет предоставления потребителю усовершенствованного изделия с новыми свойствами, с более совершенным дизайном, с более длительными гарантиями, более модного или престижного.

Однако механическое воплощение в жизнь мероприятий по увеличению интенсивности рекламы или повышению качества продукта не решает задачи максимизации прибыли. Понятно, что дополнительная реклама и меры по улучшению качества товара или услуги требуют весьма существенных капиталовложений, которые могут оказаться неадекватно большими по сравнению с получаемой прибылью. Иными словами, буквальное следование, казалось бы, правильным принципам может привести спортивную организацию к убыткам и банкротству.

Как же избежать подобного неблагоприятного сценария? К сожалению, универсального правила здесь не существует. Имеются лишь наработанные теорией и практикой маркетинга известные алгоритмы, в которые в каждом конкретном случае следует вносить определенную дозу творчества и эксперимента.

## **РАЗДЕЛ 2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ. КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.**

**Спортивный маркетинг – это непрерывный поиск возможностей комплексного решения как непосредственных, так и косвенных задач потребителей спорта, компаний, работающих в спортивной сфере, и других физических лиц и организаций, связанных со спортом, в условиях изменчивой и непредсказуемой среды, характерной для самого понятия «спорт»**

## Условия для эффективного осуществления спортивного маркетинга

- **Высокий уровень денежных доходов населения**
- **Наличие у граждан достаточно обширного фонда свободного времени**
- **Возрастание цен на посещение медицинских учреждений и медикаменты**
- **Наличие развитой инфраструктуры спорта, высококвалифицированных специалистов**
- **Наличие у представителей бизнеса и СМИ реального интереса к деловому сотрудничеству со спортивной организацией, т.е. высокий уровень качества услуг спорта**

## Субъекты спортивного маркетинга

- **потребители услуг спорта (первичные, вторичные);**
- **производители услуг;**
- **посреднические структуры;**
- **государство в лице органов государственного управления физической культурой и спортом;**
- **специалисты-маркетологи**



## Основные объекты спортивного маркетинга

- спортивные товары
- услуги спорта
- спортивные организации, учреждения
- персоналии
- территории
- идеи

## Принципы спортивного маркетинга

- Принцип суверенитета потребителя
- Принцип реальности
- Принцип соответствия стратегическим целям организации
- Принцип комплексности
- Принцип социальной ориентации



# основные функции спортивного маркетинга

- *информационная - использование специальных технологий для получения необходимой информации о рынке сбыта и выработки массива информации для потребителей;*
- *адаптационная - методы маркетинга позволяют более эффективно проникать и действовать на рынке;*
- *оптимизационная — оптимизация использования ресурсов фирмы, повышение эффективности деятельности за счет влияния на организацию и управления производством;*
- *стимулирующая - быстрое приведение в соответствие текущих целей организации в зависимости от факторов внешней среды (конкуренты, состояние рынка);*
- *гуманистическая - соблюдение основополагающих принципов гуманизма (учет потребностей потребителя, охрана окружающей среды и т.д.)*

- **Маркетинговое управление (маркетинг менеджмент) - это анализ, планирование, реализация и контроль мероприятий, направленных на первостепенное изучение рынка и потребителей для выполнения определенных задач физкультурно-спортивной организации**

# алгоритм управления маркетинговой деятельностью спортивной организации





## Процесс формирования стратегии маркетинга в спорте

- Исследование рынка
- Формулировка миссии спортивной организации
- Формулировка целей спортивной организации
- Определение маркетинговых целей спортивной организации
- Оценка ресурсов и возможностей спортивной организации
- Формирование предварительного (базового) варианта стратегии маркетинговой деятельности
- Принятие решения о выборе наиболее приемлемых вариантов разрешения каждой конкретной проблемы
- Окончательное формирование стратегии и детализированное описание вариантов в маркетинговом плане

## структура маркетингового плана спортивной организации

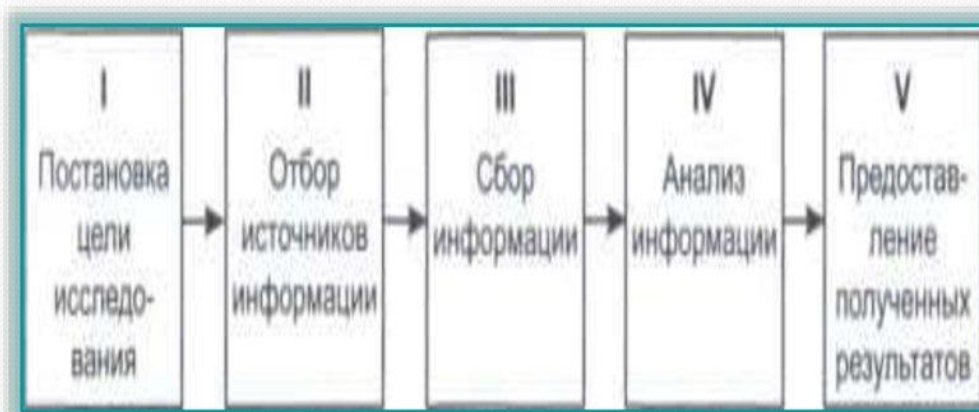
- **Общая стратегия маркетинга**
- **Товарная политика**
- **Ценообразование и стимулирование сбыта**
- **Реклама и продвижение услуг**
- **Система распределения и тактика продаж**

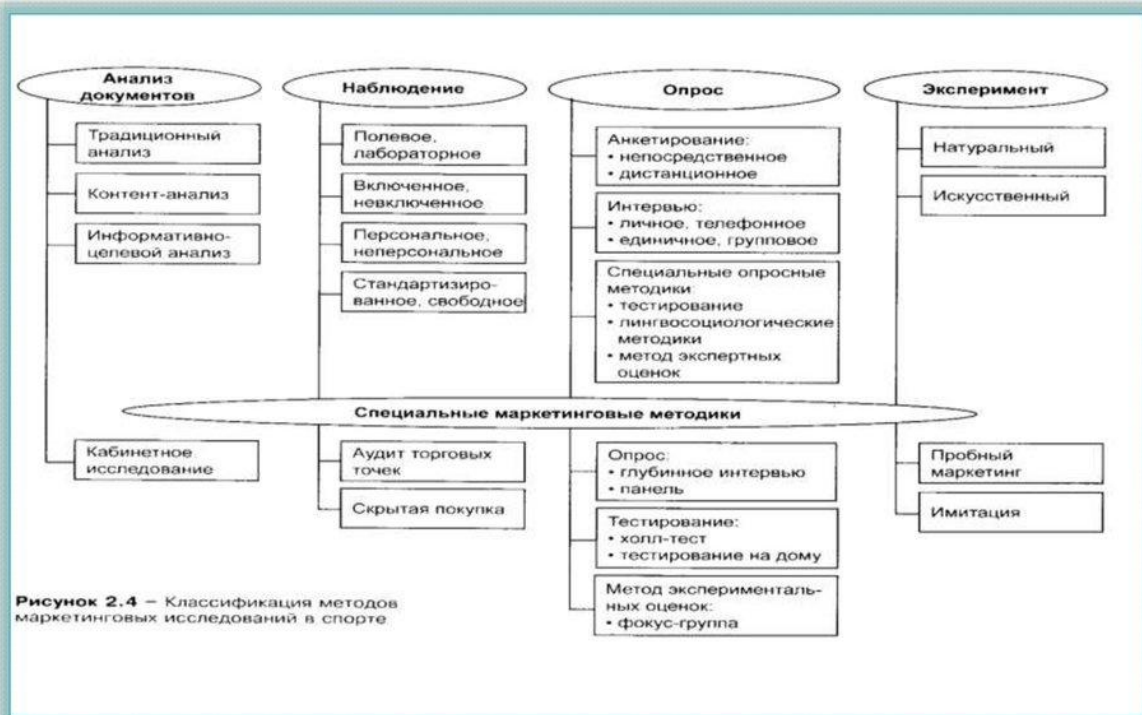


# Факторы маркетинговой среды спортивной организации



# Этапы маркетингового исследования





**Рисунок 2.4** – Классификация методов маркетинговых исследований в спорте



## УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА ВКЛЮЧАЕТ:

- × **изучение рынка** (специализации рынка и его географического положения, емкости рынка);
- × **исследование конкурентов** (основных конкурентов, торговых марок товаров конкурентов, особенности товаров конкурентов, вида и особенностей упаковки товаров конкурентов, форм и методов сбытовой деятельности, рекламных материалов конкурентов);
- × **изучение потребностей покупателя** (возможных покупателей с учетом сегментации рынка, типичных направлений и способов использования товара покупателями, мотивов покупки данного товара, факторов формирования покупательских предпочтений, неудовлетворенных потребностей товарами данного вида);
- × **определение параметров оценки товара** (технических, эргономических и др.). На основе изучения рынка и требований покупателей выбирается продукция, по которой будет проводиться анализ или формулируются требования к будущему товару, а далее определяется перечень параметров, подлежащих оценке;
- × систематизацию факторов конкурентоспособности товаров;
- × **определение подходов** к количественной оценке конкурентоспособности товаров.

# Блок-схема анализа конкурентоспособности продукции

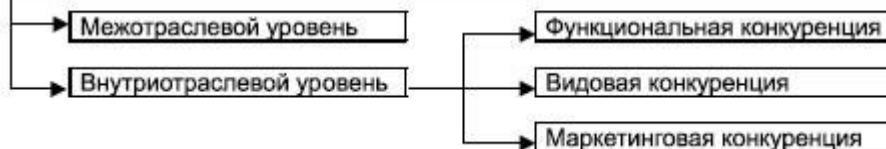


## СТРАТЕГИИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ



Конкурентные преимущества физкультурно-спортивных услуг и организаций

## УРОВНИ И ВИДЫ КОНКУРЕНЦИИ В СФЕРЕ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ





*Межотраслевую конкуренцию* физкультурно-спортивным организациям составляют прежде всего организации-производители других (не физкультурно-спортивных) социально-культурных услуг. В такой роли выступают музыкальные и художественные школы, театральные студии, школы народных ремесел, научные кружки и т. п., позволяющие удовлетворить аналогичные высшие потребности, что и занятия физическими упражнениями и спортом (например, потребности в общении, достижениях, успехе, уважении, самовыражении и др.). Данные организации не выходят непосредственно на рынок физкультурно-спортивных услуг, но, претендуя на свободное время и бюджет потребителя, своими успехами существенно снижают спрос на упомянутые услуги.

*На внутриотраслевом уровне* конкурентами выступают физкультурно-спортивные организации, например спортивные комплексы, физкультурно-оздоровительные центры, дворцы спорта, фитнес-клубы, детско-юношеские клубы физической подготовки и т. п. Между перечисленными организациями наблюдается три вида конкуренции: функциональная, видовая и маркетинговая.

*Функциональная конкуренция* является следствием того, что любую потребность в принципе можно удовлетворить различными способами. Так, потребность в движении, укреплении здоровья или физическом совершенствовании может быть удовлетворена посредством занятий в фитнес-клубе, плавательном бассейне, ледовом дворце, аквапарке, спортивно-оздоровительном центре, теннисном клубе и т. п. Эти организации выступают в качестве функциональных конкурентов и соперничают между собой в области привлечения большего числа клиентов.

*Видовая конкуренция* характеризует наличие услуг одного назначения и близких друг к другу по многим параметрам, но отличающихся каким-то существенным свойством или свойствами. Видовыми конкурентами являются: во-первых, различные физкультурно-спортивные организации (такие, как центры олимпийской подготовки, детско-юношеские спортивные школы, спортивные клубы, секции, функционирующие в учебных заведениях и на предприятиях и т. п.), предоставляющие услуги по одному и тому же виду спорта, например футболу, и, во-вторых, идентичные спорторганизации (например, ДЮСШ), предоставляющие услуги по разным видам спорта. Признаками, позволяющими рассматривать эти организации как видовых конкурентов, могут быть различия в программах и методиках обучения и тренировки, в обеспеченности высококвалифицированными тренерами, количестве и качестве спортивных сооружений, оборудования, инвентаря и т. п.

*Маркетинговая конкуренция* возникает в случае малосущественных отличий между услугами, предоставляемыми различными физкультурно-спортивными организациями, или при полной идентичности услуг. Можно отметить проявление маркетинговой конкуренции между аналогичными спортивными комплексами, расположенными в разных районах города, культивирующими одинаковые виды спорта и использующими идентичные или во многом схожие программы, методики обучения и тренировки, оборудование и привлекающими специалистов одной квалификации.

Рассмотрим перспективы реализации конкурентных стратегий на основе качества физкультурно-спортивных услуг. В пользу продуктивности использования такого типа стратегий свидетельствует тот факт, что для современного рынка характерна устойчивая тенденция к повышению неценовых форм конкуренции, особенно конкуренции качества. Более половины отечественных покупателей предпочитают цене качество. При этом в отличие от рынка материальных товаров повышение качества физкультурно-спортивных услуг может не требовать значительных инвестиционных затрат, а внедрение инноваций в процесс предоставления услуг может быть осуществлено в достаточно короткие сроки. Например,

вообще не потребует дополнительных капиталовложений совершенствование услуг за счет применения разнообразных, интересных и нестандартных упражнений (в том числе из других видов спорта), музыкального сопровождения занятий, совершенствования деятельности тренера (проявления внимания и доброжелательности к клиентам, качественного показа упражнений, индивидуального подхода к занимающимся) и т. п. Привлечение высококвалифицированных тренеров и обновление спектра культивируемых видов спорта потребуют дополнительных инвестиций, но их величина, как правило, значительно ниже, чем объем затрат, требуемых для повышения качества материальных товаров в производственной сфере.

Кроме того, перспективы конкуренции зависят от количества факторов, по которым она может вестись.

Физкультурно-спортивные услуги многофакторны как никакие другие социально-культурные услуги. Так, перечень характеристик насчитывает (в зависимости от вида двигательной активности и спорта) от 34 до 50 позиций, каждая из которых может рассматриваться как фактор конкурентоспособности, а при умелом маневрировании ими в рыночном пространстве и во времени - как конкурентное преимущество самой физкультурно-спортивной организации и реализуемых ею услуг.

Несмотря на перечисленные и иные доводы в пользу применения рассматриваемого типа конкурентных стратегий, нельзя не отметить, что у него есть и свои ограничения. Так, в силу специфических особенностей услуг, в числе которых Ф. Котлер называет их нематериальность и неосвязаемость, потенциальный клиент физкультурно-спортивной организации, находясь на этапе первоначального рыночного выбора, не может объективно оценить качество приобретаемой услуги и вынужден верить продавцу на слово. Кроме того, со временем, по мере развития и насыщения рынка отрасли "Физическая культура и спорт" соответствующими услугами, которые будут близки или практически идентичны по качеству и цене, характер конкуренции неизбежно сместится в сторону конкурентной борьбы между имиджами спорторганизаций и их услуг.

В этой связи обратимся к рассмотрению стратегий создания конкурентных преимуществ на базе имиджа физкультурно-спортивных организаций и производимых ими услуг. Устойчиво позитивный имидж выступает как стимул к первоначальному выбору услуги, как основной мотив к предпочтению данной конкретной организации перед конкурентами. В пользу этого утверждения свидетельствуют результаты проведенных нами опросов 1036 систематических пользователей услуг массового спорта, среди которых были учащиеся и представители взрослого населения. В ходе опросов было выявлено, что в 62,9 % случаев одним из факторов, обусловивших окончательное принятие решения о становлении клиентом избранной физкультурно-спортивной организации, стал узнаваемый позитивный имидж данной организации, ее тренерско-преподавательского коллектива и предоставляемых услуг.

Согласно Е. В. Песоцкой имидж определяется как "...совокупность всех представлений, знаний, опыта, желаний, чувств, связанных с определенным предметом (явлением). Его отличие от понятия "представление", которое также состоит из информационной, эмоциональной и мотивационной составляющих, заключается в целостном восприятии объекта". Имидж объединяет в себе все представления, наиболее существенные применительно к занятиям избранным видом спорта в конкретной физкультурно-спортивной организации.

Рынок каждой спортивной организации — это определенное социальное пространство, в котором занимающиеся, а значит, и многие из их окружения, широко осведомлены о

деятельности организации, так как получают дополнительную информацию в ходе прямых контактов с представителями педагогического коллектива, административно-управленческого аппарата и обслуживающего персонала организации. Эта информация, касающаяся производства и потребления физкультурно-спортивных услуг, проста и понятна любому пользователю, а скорость ее распространения в социальной среде чрезвычайно высока. Именно поэтому факторы, способствующие повышению имиджа, оцениваются рынком в короткие сроки, и, наоборот, если клиент замечает какие-либо недостатки в услугах физкультурно-спортивной организации, он распространяет в потребительской среде и негативную информацию, не уступающую в скорости проникновения информации, благоприятной для данной организации. Кроме того, имидж чрезвычайно устойчив, и если организация не работает над созданием позитивного имиджа, то он формируется стихийно, а иногда и под влиянием так называемых черных PR-технологий и в этом случае не соответствует тому образу, который организация хотела бы иметь.

Престижный имидж позволяет физкультурно-спортивной организации получить явные преимущества перед конкурентами, например:

- повысить уровень популярности, привлекательности и, следовательно, рыночной востребованности предлагаемых услуг, что приведет к увеличению рыночной доли и создаст дополнительные возможности для роста экономических успехов организации;

- снизить совокупные расходы на проведение рекламных и PR-кампаний в целях позиционирования спорторганизации и ее услуг;

- занять устойчивое лидирующее положение относительно ближайших конкурентов, имеющих более низкий имиджевый рейтинг;

- повысить уровень корпоративной культуры и сплоченность коллектива физкультурно-спортивной организации благодаря созданию монолитной команды, членов которой объединяет репутация организации, чувство гордости и ответственности за результаты труда и причастности к общему делу.

Создание позитивного имиджа физкультурно-спортивной организации и управление им в условиях рыночных отношений и взаимодействий — это сложная методологическая проблема, которая еще ждет своих исследователей. Однако уже сейчас в специальной литературе появляются результаты исследований, свидетельствующие о том, что имидж поддается измерению и количественной оценке. Так, Н. Андерсон предлагает использовать следующую модель системной оценки реакций индивида, представляющих его оценку имиджа организации:

$$R = S \sum_{i=1}^n W_i \times K_i \quad (1)$$


где R - реакция индивида, представляющая его оценку имиджа организации, задаваемого n компонентами (стимулами);

W - "вес" каждого компонента имиджа организации, интерпретируемый как его важность и значимость для респондента;

K - шкальное значение i-го компонента имиджа.

Наполнение этой формулы конкретными показателями, учитывающими специфику функционирования физкультурно-спортивных организаций, и разработка на этой основе программ формирования и повышения имиджа упомянутых организаций и их услуг представляет собой предмет наших дальнейших научных изысканий.

### **РАЗДЕЛ 3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.**



## Понятие цены, ценообразования.

- ▶ Цена – денежная сумма , запрашиваемая за товар или услугу, или сумма тех ценностей, которые потребитель отдает в обмен на право обладать или использовать товар или услугу.
- ▶ Ценообразование- процесс формирования цен на продукцию и услуги.





# Факторы ценообразования

## ■ ВНУТРЕННИЕ

1. Маркетинговые цели компании
2. Затраты
3. Организация ценообразования
4. Производственный потенциал фирмы
5. Финансовый потенциал фирмы

## ○ ВНЕШНИЕ

1. Тип рынка
2. Спрос
3. Уровень конкуренции
4. Др.факторы внешней среды (законодательство, посредники, экономические условия и пр.)

## Этапы ценообразования

Постановка задачи ценообразования



Определение спроса



Оценка издержек



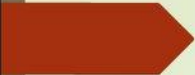
Анализ издержек, цен и предложений конкурентов



Выбор метода ценообразования



Установление окончательной цены



## 1 этап: Постановка задачи ценообразования

- ▶ Обеспечение выживаемости предприятия
- ▶ Максимизация текущей прибыли
- ▶ Завоевание лидерства по показателям доли рынка
- ▶ Выход на лидирующие позиции по цене/качеству товара

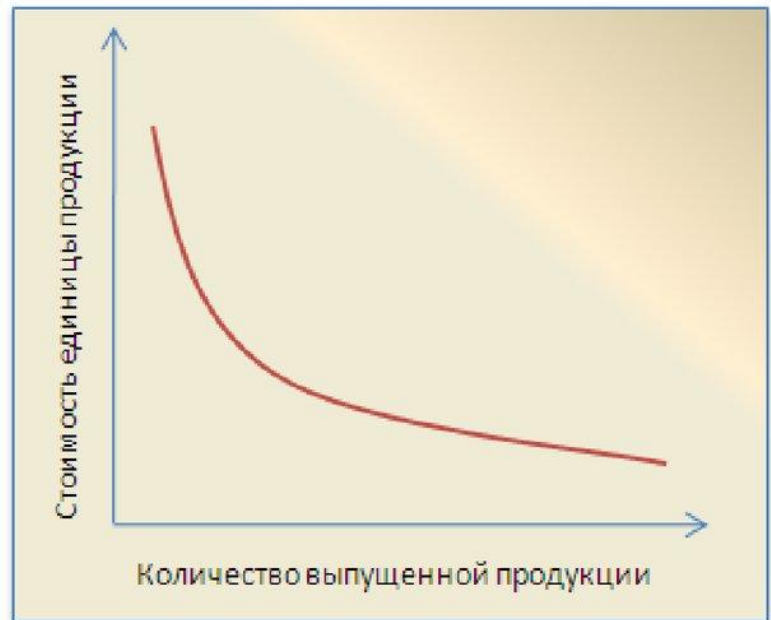


# Издержки

- Постоянные издержки (накладные расходы) – затраты, которые остаются неизменными вне зависимости от объема от производства и выручки от реализации.
- Переменные издержки - затраты, которые зависят от объема производства
- Полные издержки (валовые) – сумма переменных и постоянных издержек
- Средние издержки –затраты на единицу продукции для данного объема производства ( $= \text{полные издержки} / \text{кол-во произведенных изделий}$ )



## Кривая опыта (кривая обучения)





## Кривая опыта

- В основе кривой опыта лежит идея, заключающаяся в том, что в компаниях проходит процесс обучения, в ходе которого по мере роста производства понижаются затраты на единицу выпускаемой продукции. Происходят следующие процессы:
  - При многократном выполнении повторяющихся задач затраты снижаются, поскольку сотрудники приобретают навыки выполнения этих задач.
  - Менеджеры находят более экономичные способы выполнения работ, а это позволяет сократить затраты.
  - Автоматизируются процессы и т.д.



## 4 ЭТАП: АНАЛИЗ ЦЕН И ТОВАРОВ КОНКУРЕНТОВ

1. Если предложение компании отличается от предложения основного конкурента в лучшую сторону, устанавливаемая цена на товар может превышать цену компании-конкурента.
2. Компания решает, какую цену ей устанавливать.

## 5 этап: Выбор метода ценообразования





## Ценообразование методом «издержки плюс надбавки»

$$\text{Себестоимость ед. продукции} = \text{Переменные издержки} + \frac{\text{Постоянные издержки}}{\text{Объем продаж}}$$

$$\text{Цена с надбавкой} = \frac{\text{Себестоимость ед. продукции}}{(1 - \text{Плановая норма прибыли})}$$

- ▶ Данный метод заключается в начислении к себестоимости товара стандартной надбавки.
- ▶ Не учитывает: текущий уровень спроса, воспринимаемую ценность товара, условия конкуренции

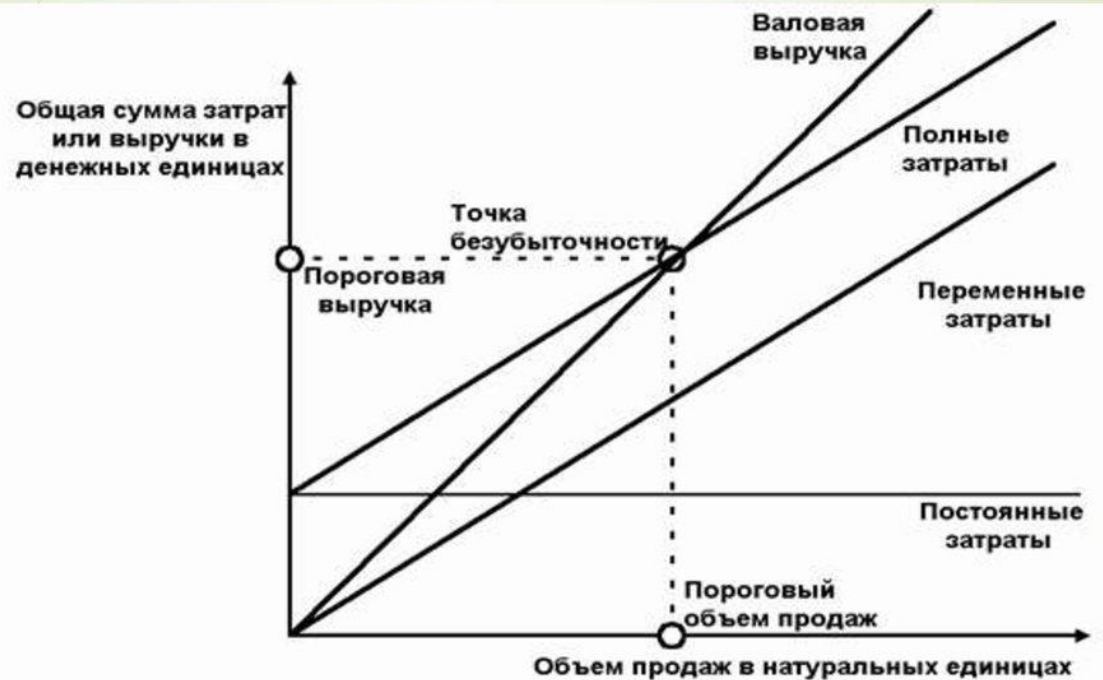
## Ценообразование на основе ценовой нормы прибыли

- При данном методе ценообразования определяется цена, обеспечивающая фирме заданную рентабельность инвестиций (return on investment, ROI)

$$\text{Цена} = \text{Себестоимость ед. продукции} + \frac{(\text{Целевая норма прибыли} \times \text{Инвестированный капитал})}{\text{Объем продаж}}$$

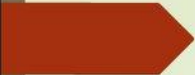
$$\text{Точка безубыточности} = \frac{\text{Постоянные издержки}}{\text{Цена} - \text{Переменные издержки}}$$

**ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ** - ТАКАЯ ВЫРУЧКА И ТАКОЙ ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА, КОТОРЫЕ ОБЕСПЕЧИВАЮТ ФИРМЕ ПОКРЫТИЕ ВСЕХ ЕЕ ЗАТРАТ И НУЛЕВУЮ ПРИБЫЛЬ



## Ценообразование на основе текущего уровня цен

- При ценообразовании на основе текущего уровня цен компания отталкивается от цен основного конкурента, а не собственных издержек или спроса.



# Аукционное ценообразование

■ Три типа аукционов:

1. Английский аукцион (торги по возрастающей) предполагает наличие одного продавца и множества покупателей -
2. Голландский аукцион (торги по убывающей)
3. Аукцион без оглашения заявок- каждый из потенциальных поставщиков может сделать только одну заявку и не знает, что предлагают другие.





## 6 ЭТАП: УСТАНОВЛЕНИЕ ОКОНЧАТЕЛЬНЫХ ЦЕН

- ▶ Создать собственную систему скидок для покупателей
- ▶ Определить механизм корректировки цен в будущем с учётом стадий жизненного цикла товара и инфляционных процессов
- ▶ Разработать ответные шаги по устранению отрицательных последствий для предприятия государственного регулирования цен, если затрагиваются интересы предприятия



# Ценовые стратегии

## 1. ПО УРОВНЮ ЦЕН НА НОВЫЕ ТОВАРЫ

- Стратегия «снятия сливок»
- Стратегия «цены проникновения»
- Стратегия среднерыночных цен ценовой стратегии

## 2. ПО СТЕПЕНИ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕНЫ

- Стратегия «стабильных цен»
- Стратегия «скользящей падающей цены», или «исчерпания»
- Стратегия «роста проникающей цены»



# ЦЕНОВЫЕ СТРАТЕГИИ

## 3. ПО ОТНОШЕНИЮ К КОНКУРЕНТАМ

- ▶ Стратегия «преимущественной цены»
- ▶ Стратегия «следования за конкурентом»

## 4. ПО ПРИНЦИПУ ТОВАРНОЙ И ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ

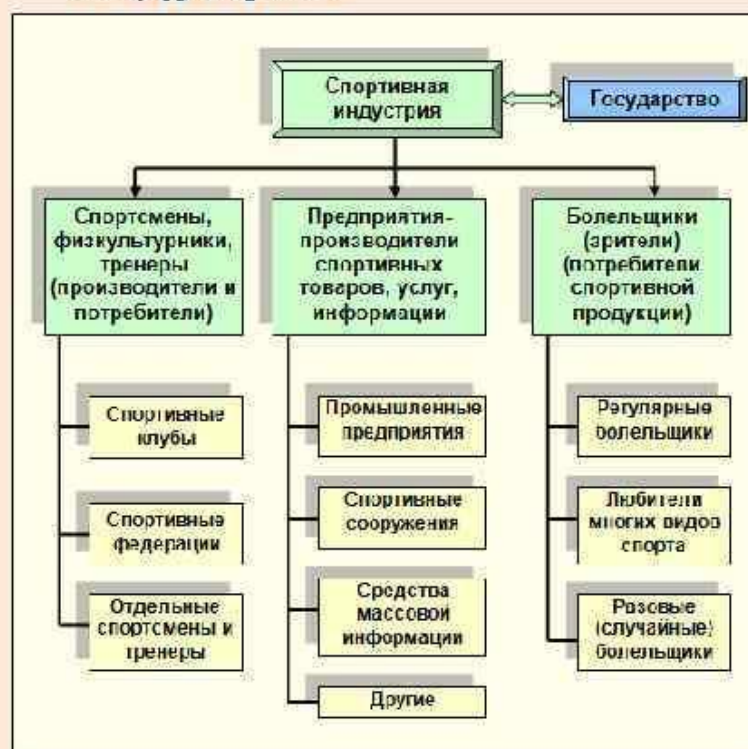
- ▶ Стратегия «дифференциации цен в рамках взаимосвязанных товаров»
- ▶ Стратегия «ценовых линий»
- ▶ Стратегия «ценовой дискриминации»

# Классификация физкультурно-оздоровительных услуг





## Основные группы участников спортивной индустрии



### 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Маркетинг в сфере физической культуры и спорта (модуля)» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

*Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.*

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

*Подготовка к занятию семинарского типа.*

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

*Самостоятельная работа.*

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

*Виды самостоятельной работы.*

*Работа с литературой.*

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанно читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

#### ***Методические рекомендации по составлению конспекта:***

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

#### ***Методические материалы по самостоятельному решению задач***

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения

проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

### ***Методические материалы к выполнению реферата***

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной



литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

### **Алгоритм работы над рефератом**

#### **1. Выбор темы**

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

#### **3. Основные требования к введению:**

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

#### **4. Требования к основной части реферата:**

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

#### **5. Требования к заключению:**

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

#### **6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):**

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

### ***Критерии оценки реферата***

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

#### ***Методические материалы к выполнению эссе***

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

#### ***Критерии оценки эссе:***

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

#### ***Методические материалы по выполнению тестирования.***

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

***Критерии оценки теста:***

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

***Методические материалы по выполнению доклада.***

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

***Критерии оценки доклада***

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

***Презентация***

***Методические материалы к презентациям***

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
  - наименование факультета;
  - тема презентации;

- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

#### ***Критерии оценки презентации***

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

#### ***Методические материалы по подготовке к опросу***

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

#### ***Критерии оценки опроса***

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;



– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

#### ***Методические материалы по выполнению практического задания***

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

#### ***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

#### ***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

***Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.***

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

#### ***3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)***

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

#### ***3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося***

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

<b>Вид учебного действия</b>	<b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b>
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<b>ИТОГО:</b>	<b>80</b>

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае не ликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

### ***3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося***

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по

дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

<b>Рубежный рейтинг</b>	<b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).



**Приложение № 1 к методическим материалам  
по дисциплине (модулю). Конспекты  
лекционных занятий по дисциплине (модулю)**

**КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**1. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта.**

**2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ  
ОРГАНИЗАЦИЙ. КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНО-  
СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.**

3. Цели занятия: развитие и обучающихся готовности к проектной деятельности по разработке физкультурно-спортивных услуг с учетом педагогических и материально-технических возможностей и условий их реализации физкультурно-спортивными организациями, к оценке качества и конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг и организаций.

*4. Структура лекционного занятия.*

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Проблемное содержание маркетинговой деятельности, связанной с проектированием и организацией производства физкультурно-спортивных услуг. Разработка замысла физкультурно-спортивных услуг. Ведущие типы конкурентных стратегий, реализуемых физкультурно-спортивными организациями. Основные факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг. Методика оценки конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга	Беседа, диалог, рассказ.

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

**Маркетинг в сфере физической культуры и спорта.**

1. Тема лекционного занятия.

Оценивая *роль и значение маркетинговых исследований*, специалисты указывают на то, что исследования рынка:

- являются основой для принятия маркетинговых решений (Е. Дихтль, Х. Хёршген<sup>1</sup>);
- служат орудием конкурентной борьбы (П.Р. Диксон<sup>2</sup>);
- представляют собой отправной пункт формирования стратегии маркетинга (А.П. Панкрухин<sup>3</sup>);
- являются частью информационной системы управления предприятием (Е.П. Голубков<sup>4</sup>);
- могут рассматриваться как функция управления предприятием в условиях рынка (А.И. Ковалёв, В.В. Войленко<sup>5</sup>);
- сложились в самостоятельное научно-практическое направление (И.К. Белявский<sup>6</sup>).

*Предпосылками развития маркетинговых исследований* в сфере физической культуры и спорта выступают:

- утверждение маркетинга (как коммерческого, так и некоммерческого) в физкультурно-спортивной деятельности;
- стремление физкультурно-спортивных организаций к расширению сбыта своих услуг и получению экономической выгоды, что обуславливает необходимость изучения рыночной среды и освоения маркетинговых технологий;
- возникновение и рост конкуренции между спортивными организациями и, как следствие, возрастание потребности в срочной и системной информации о состоянии рынка для принятия адекватных маркетинговых решений;
- развитие информационных и коммуникационных технологий и рост их использования производителями и потребителями физкультурно-спортивных услуг;
- рост динамичности рыночной среды отрасли «Физическая культура и спорт»<sup>7</sup>, требующий интенсификации маркетинговых усилий<sup>8</sup>;

• дифференциация спроса и предложения на рынке физкультурно-спортивных услуг<sup>1</sup> и, соответственно, необходимость более точных маркетинговых решений.

## 1.2. Понятие и основная цель маркетинговых исследований

Наиболее распространены следующие определения маркетинговых исследований (рис. 1.1).



*Рис. 1.1. Основные подходы к определению понятия «маркетинговые исследования»*

Основной *целью* маркетинговых исследований следует назвать создание информационно-аналитической базы для принятия эффективных маркетинговых решений и уменьшения степени неопределенности, связанной с ними<sup>5</sup>.

## 1.3. Основные направления и задачи маркетинговых исследований в физической культуре и спорте как сфере услуг

Основными *направлениями* маркетинговых исследований в физкультурно-спортивной деятельности выступают (рис. 1.2):



- внешняя и внутренняя среда физкультурно-спортивной организации;
- потребители и их покупательское поведение на рынке физкультурно-спортивных услуг;
- конкурентная среда;
- услуги отрасли «Физическая культура и спорт»;
- ценообразование;
- маркетинговые коммуникации;
- эффективность маркетинговой деятельности физкультурно-спортивной организации.



*Рис. 1.2. Основные направления маркетинговых исследований в физической культуре и спорте как сфере услуг*

Если отталкиваться от классификации, приведенной на рис. 1.2, то ведущие направления маркетинговых исследований можно охарактеризовать посредством перечня следующих *вопросов*:

- На какого клиента ориентироваться, кто составит контингент потребителей?
- Каково местонахождение потенциальных и реальных клиентов?
- Каковы их запросы, потребности, предпочтения и возможности?
- Какое покупательское поведение они демонстрируют?
- Каково мнение клиентов о нашей спортивной организации и её услугах?
- Как привлечь и удержать целевых потребителей?
- Какие услуги производить и предлагать на рынке? Какого качества? Сколько?
- Кто будет их оказывать? Где? В какие сроки?
- По какой цене и на каких условиях?



- Что представляют собой наши ближайшие конкуренты?
- Каковы их цели, намерения и возможности? Каковы их сильные и слабые стороны? Как они реагируют на изменения рыночной ситуации?
- Насколько эффективно в нашей организации используются маркетинг и его возможности?

Конкретные *задачи* маркетингового исследования весьма разнообразны, поэтому составить их исчерпывающий список не представляется возможным. Приведём лишь основные из них:

- ♦ анализ внешней среды физкультурно-спортивной организации:
  - оценка общей социально-экономической и политической ситуации: уровня политической стабильности и экономического развития региона, темпов инфляции, величины доходов, покупательской способности и уровня образования населения, требований моды и т.п.;
  - исследование основных направлений и перспектив развития мирового и отечественного физкультурно-спортивного (олимпийского, паралимпийского) движения, рынка отрасли «Физическая культура и спорт», его индустрии и нормативно-правовой базы. Анализ влияния факторов внешней среды на деятельность спортивной организации и её результаты;
  - анализ и оценка конъюнктуры и ёмкости рынка, прогнозирование спроса на различные виды физкультурно-спортивных услуг;
- ♦ анализ внутренней среды спортивной организации:
  - оценка финансовых, материально-технических, кадровых, инновационных, временных и других возможностей, профессиональной готовности коллектива организации к работе с целевыми группами клиентов;
  - оценка рыночного потенциала и уровня конкурентоспособности собственной организации;
- ♦ изучение потребителей:
  - анализ образа и стиля жизни, структуры потребностей различных категорий и групп населения в занятиях физическими упражнениями и спортом;
  - изучение требований, запросов и пожеланий клиентов к деятельности спортивной организации и её услугам;
  - исследование структуры спроса на физкультурно-спортивные услуги, анализ факторов, оказывающих влияние на уровень спроса;
  - исследование мотивов и стимулов к покупке физкультурно-спортивных услуг;
  - выявление особенностей и предпочитаемых форм процесса приобретения физкультурно-спортивных услуг;
  - исследование источников и способов получения потребителями рыночной информации;
  - изучение реакции потребителей на новые или модифицированные услуги (пакеты услуг);
  - выявление реальных и потенциальных клиентов организации;
  - сегментирование рынка, представленного фактическими и потенциальными клиентами физкультурно-спортивной организации;

- ◆ изучение конкурентной среды:
  - анализ положения, потенциала, сильных и слабых сторон, а также перспектив развития ближайших конкурентов – физкультурно-спортивных организаций и сооружений с точки зрения их финансовых, материально-технических, технологических, кадровых и иных возможностей, ассортимента, качества и уровня востребованности предлагаемых ими физкультурно-спортивных, сопутствующих и дополнительных услуг, характеристик обслуживаемых клиентов, применяемых стратегий и методов менеджмента, ценообразования, сбыта, коммуникаций;
  - сопоставление (позиционирование) возможностей и ресурсов собственной организации, параметров её услуг с аналогичными характеристиками организаций и услуг конкурентов, в первую очередь, по интересующим сегментам рынка;
  - ◆ информационно-аналитическое обеспечение процесса проектирования и организации производства физкультурно-спортивных услуг, связанного:
    - с разработкой замысла физкультурно-спортивных услуг и перечня их коммерческих характеристик;
    - с формированием и оптимизацией ассортимента предлагаемых услуг по широте, глубине, высоте и соответствию требованиям целевых клиентов;
    - с регулированием жизненного цикла физкультурно-спортивных услуг;
    - с выбором способов рыночного позиционирования и перепозиционирования различных типов (пакетов) услуг спортивной организации;
    - с разработкой услуг-новинок;
    - ◆ оценка услуг, предлагаемых физкультурно-спортивной организацией:
      - изучение ассортимента услуг и сдвигов в его структуре;
      - оценка качества предлагаемых услуг;
      - оценка конкурентоспособности предоставляемых услуг, определение их конкурентных преимуществ;
      - ◆ информационно-аналитическое обеспечение ценообразования и адаптации цен к условиям рынка;
        - учёт и анализ издержек и прибыли;
        - ◆ изучение возможностей привлечения дополнительных бюджетных и внебюджетных средств финансирования, получения беспроцентных и льготных кредитов, льготного налогообложения и др.;
        - ◆ информационно-аналитическое обеспечение коммуникативной политики физкультурно-спортивной организации, связанное:
          - с разработкой стратегии и конкретных мероприятий в области маркетинговых коммуникаций;
          - с оценкой коммуникативной и экономической (торговой) эффективности коммуникативных акций, изучением реакции клиентов на мероприятия стимулирования сбыта физкультурно-спортивных услуг;
          - ◆ информационно-аналитическое обеспечение разработки маркетинговой стратегии спортивной организации;
          - оценка эффективности маркетинговой деятельности в физкультурной организации



#### 1.4. Типология и классификация маркетинговых исследований в физической культуре и спорте как сфере услуг

Несмотря на то, что единой общепризнанной типологии маркетинговых исследований не существует, специалисты классифицируют исследования рынка по целям, задачам, методам, плану и периодичности их проведения, по видам собираемой информации и уровню её охвата, по форме организации и источникам финансирования исследовательской работы и т.д. (табл. 1.1).

Таблица 1.1

##### Ведущие критерии классификации и соответствующие им виды маркетинговых исследований (сводные данные<sup>1</sup>)

Критерий классификации	Виды исследований
Цель проведения исследования	Прикладные Фундаментальные
Задачи исследования	Разведочные (поисковые, зондажные) Описательные (дескриптивные) Аналитические (казуальные)
Постановка проблемы исследования	Исследования для определения проблемы Исследования для решения проблемы
План исследования	Поисковые Итоговые
Периодичность проведения исследования	Одноразовые Периодические Непрерывные
Метод сбора данных	Кабинетные (лабораторные) Внекабинетные (полевые)
Вид собираемой информации	Количественные Качественные
Уровень охвата информации	Сплошные Выборочные
Форма организации исследования	Выполняемые постоянными группами Выполняемые временными коллективами
Источник финансирования исследования	Инициативные Заказные Омнибусные

*По целям проведения* различают прикладные и фундаментальные исследования.

*Прикладное исследование* нацелено на решение конкретной практической проблемы, например, на оценку экономической эффективности проведённых коммуникативных акций.

*Фундаментальное исследование* нацелено на получение новой научной информации, а не на решение конкретной практической задачи.

*В зависимости от поставленной задачи* маркетинговые исследования подразделяются на разведочные (поисковые, зондажные, «прикладные»), описательные (дескриптивные) и аналитические (казуальные).

*Разведочное исследование* проводится с целью сбора предварительной информации и применяется в случаях:

- когда предмет исследования мало или вообще не изучен,
- когда требуется получение оперативных данных,
- когда планируется масштабное исследование и необходимо уточнить или скорректировать его гипотезу, задачи, инструментарий, объём и тип выборки, выявить трудности его проведения и т.п.

Разведочное исследование представляет собой наиболее простой вид маркетинговых исследований, поскольку охватывает небольшие обследуемые совокупности, основывается на упрощённой программе и сжатом методическом инструментарии (сюда относятся анкета, бланк интервью, карточка фиксации результатов наблюдений и т.п.).

*Описательное исследование* – это более сложный вид маркетингового исследования. Предполагает получение эмпирических данных, дающих относительно целостное представление об изучаемом явлении, его структурных компонентах. Проводится по полной, подробно разработанной программе и на базе методически апробированного инструментария.

*Аналитическое исследование* – самое глубокое и масштабное маркетинговое исследование. Его цель – не только описание структурных элементов изучаемого явления (например, сегментов рынка), но и выяснение причин, обуславливающих именно такое состояние предмета исследования.

*В зависимости от постановки проблемы* выделяют маркетинговые исследования для определения проблемы и маркетинговые исследования для решения проблемы.

*Исследования для определения проблемы* предпринимаются, чтобы помочь идентифицировать проблемы, которые возникли или могут возникнуть перед спортивной организацией. К числу таких исследований можно отнести сопоставление возможностей и ресурсов собственной организации и параметров её услуг с аналогичными характеристиками организаций и услуг конкурентов или поиск причин оттока клиентов в конкурирующие организации.

*Исследования для решения проблемы* проводятся с целью поиска решения конкретных маркетинговых проблем. Примером может служить исследование, посвящённое разработке системы мер по повышению качества сопутствующих и дополнительных услуг спортивной организации.

*В зависимости от плана исследования* маркетинговые исследования подразделяются на поисковые и итоговые.

*Поисковое исследование* проводится с целью обеспечения понимания проблемы, стоящей перед исследователем; чаще всего оно предполагает ис-



пользование методов экспертных оценок, сбора вторичной маркетинговой информации.

*Итоговое исследование* проводится для определения, оценки и выбора наилучшего варианта действий, который можно использовать в данной ситуации. Примером может служить исследование, посвящённое выработке ценовой стратегии физкультурно-спортивной организации.

*В зависимости от периодичности проведения* различают одноразовые, периодические и непрерывные исследования.

*Одноразовое исследование* проводится при решении конкретной проблемы, например, выборе способа рыночного позиционирования программы занятий новым видом двигательной активности или спорта.

*Периодическое исследование* представляет собой маркетинговое исследование, повторяющееся через определённый промежуток времени. К периодическим исследованиям относят:

- панельные исследования, которые проводятся с группой одних и тех же респондентов (например, постоянных деловых партнеров физкультурно-спортивной организации) и

- трекинговые исследования, которые охватывают каждый раз новую группу респондентов (например, вновь принятых членов спортивного клуба).

*Непрерывное исследование* – это маркетинговое исследование, которое проводится постоянно. Непрерывные исследования чаще всего проводятся в режиме мониторинга (например, качества и конкурентоспособности предоставляемых услуг, уровня удовлетворённости клиентов и т.п.).

*В зависимости от метода сбора данных* выделяют кабинетные (лабораторные) и внекабинетные (полевые) исследования.

*Кабинетные исследования* проводятся с использованием вторичной (то есть собранной ранее и, как правило, опубликованной) информации.

*Внекабинетные исследования* предполагают сбор эмпирической информации с использованием опросов, наблюдений, экспериментов и т.п., то есть в полевых условиях.

*В зависимости от вида собираемой информации* различают количественные и качественные маркетинговые исследования.

*Количественное исследование* основано на сборе информации с последующим её представлением в количественной форме. К числу таких исследований можно отнести измерение уровня рентабельности коммуникативных акций или расчёт издержек производства услуги-новинки.

*Качественное исследование* предполагает оперирование качественными показателями. Примером качественных исследований может служить определение требований и пожеланий потребителей к услугам физкультурно-спортивной организации.

*В зависимости от уровня охвата информации* маркетинговые исследования бывают сплошными и выборочными.

*Сплошные исследования* предполагают охват всех возможных объектов информации в естественных условиях. К числу сплошных исследований можно отнести опрос всех фактических клиентов спортивной организации.

*Выборочные исследования* предусматривают работу не с генеральной совокупностью (всей исследуемой группой), а с выборкой – частью генеральной

совокупности, соответствующей ей по рассматриваемым параметрам. В качестве примера выборочного исследования можно указать телефонные опросы родителей юных спортсменов в случае, когда опрашивается каждый 10-й респондент из адресно-телефонной книги спортивной организации.

*По форме организации* маркетинговые исследования проводятся либо *постоянными группами* (состоящими, например, из штатных сотрудников службы маркетинга спортивной организации), либо *временными коллективами*, привлекаемыми для реализации отдельных исследовательских проектов (сюда можно отнести привлечение профессиональных маркетологов на условиях договора на оказание возмездных услуг).

*В зависимости от источника финансирования* различают инициативные, заказные и омнибусные исследования.

*Инициативное исследование* представляет собой маркетинговое исследование, которое выполняется за свой счёт, в том числе в расчёте на то, что на результаты этих исследований найдутся покупатели.

*Заказное исследование* – это исследование, оплачиваемое конкретным заказчиком.

*Омнибусное исследование* – это маркетинговое исследование, оплачиваемое группой заказчиков. Его инициатором может выступить маркетинговое агентство, предлагающее своим постоянным клиентам объединиться ради взаимовыгодной экономии средств.

**Взаимодействие с аудиторией** (метод получения обратной связи, вопросы и ответы, последовательная коммуникация, примеры, изучение потребностей, групповые предложения.)

**Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)**

## **КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **1. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта.**

### **2. Тема практического занятия: РАЗДЕЛ 2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ. КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.**

*3. Цели занятия:* развитие и обучающихся готовности к проектной деятельности по разработке физкультурно-спортивных услуг с учетом педагогических и материально-технических возможностей и условий их реализации физкультурно-спортивными организациями, к оценке качества и конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг и организаций.

### **4.**

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание (кратко)</b>	<b>Методы и средства обучения</b>
1	Понятие и отличительные маркетинговые характеристики	объяснительно-наглядный

<p>физкультурно-спортивных услуг. Физкультурно-спортивные услуги как товар. Слагаемые физкультурно-спортивной услуги. Коммерческие характеристики услуг спортивных организаций. Проблемное содержание маркетинговой деятельности, связанной с проектированием и организацией производства физкультурно-спортивных услуг. Разработка замысла физкультурно-спортивных услуг. Формирование и оптимизация ассортимента основных, сопутствующих и дополнительных услуг отрасли «Физическая культура и спорт». Формирование и оптимизация характеристик услуг, предоставляемых физкультурно-спортивными организациями. Жизненный цикл физкультурно-спортивной услуги и характеристика его стадий. Рыночное позиционирование физкультурно-спортивных услуг.</p> <p>Понятие и аспекты качества услуг. Основные показатели качества физкультурно-спортивных услуг. Методика оценки качества физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.</p> <p>Понятие, уровни, виды и особенности конкуренции на рынке отрасли «Физическая культура и спорт». Ведущие типы конкурентных стратегий, реализуемых физкультурно-спортивными организациями. Основные факторы конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг. Методика оценки конкурентоспособности физкультурно-спортивных услуг в рамках маркетинга.</p>	<p>(репродуктивный) (беседа, выполнение заданий, словесный, наглядные пособия).</p>
--	---

## 5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задачи на занятие:

### **Форма контроля:** компьютерное тестирование.

**(1) Маркетинговая деятельность в сфере физической культуры и спорта строится на основе таких принципов, как:**

- (1) направленность на достижения конечного практического результата
- (2) концентрация производства
- (3) направленность на новые условия хозяйствования
- (4) концентрация научно-исследовательских, организационных усилий на маркетинговую деятельность

**(2) Применительно к спортивной организации, концентрация стратегического управления маркетингом представляется в следующем виде:**

- (1) анализ рынка и возможностей спортивной организации
- (2) определение целей маркетинга
- (3) внешняя среда спортивного маркетинга, анализ рынка, возможности и ресурсы спортивной организации
- (4) выработка стратегии маркетинга

**(3) Управление маркетингом в новых условиях хозяйствования состоит в:**

- (1) планировании, кадровой политике, управлении и финансировании маркетинговой деятельности
- (2) финансировании маркетинга
- (3) подготовке кадров, финансирование маркетинговой деятельности
- (4) в подготовке кадров

**(4) К основной функции спортивного маркетинга относится:**

- (1) анализ потребителей и рыночные исследования
- (2) описание продукции
- (3) наличие продукции
- (4) планирование, анализ потребителей и обеспечение социальной ответственности и управления маркетингом



**(5) Назовите основной принцип спортивного маркетинга:**

- (1) оповещение потребителя о производстве товара и услуг
- (2) реклама товаров и услуг
- (3) планирование ассортимента товаров и услуг
- (4) организация распространения товаров и услуг

**(6) Организационная структура управления – это:**

- (1) совокупность работников аппарата управления и их отношения
- (2) совокупность руководящих должностей в аппарате управления
- (3) совокупность наиболее авторитетных управленцев
- (4) совокупность взаимосвязанных звеньев и уровней управления
- (5) иерархия уровней управления в организации

**(7) О продуктовой структуре управления можно сказать, что она:**

- (1) преследует цель – максимально удовлетворить каждую из нескольких крупных групп потребителей продукции фирмы
- (2) облегчает решение местного законодательства, позволяет учесть обычаи и нужды местных потребителей, упростить связи с ними
- (3) уделяет максимальное влияние производству каждого вида разнообразной продукции - ее качеству, доступности, рентабельности, привлекательности
- (4) используется для реализации крупного проекта, требующего концентрации ресурсов и усилий лучших специалистов фирмы
- (5) соединяет в себе черты различных типов оргструктур управления

**(8) Какой из элементов организационной структуры регулирует численность работников аппарата управления спортивной фирмы:**

- (1) количество звеньев управления;
- (2) количество уровней управления;
- (3) количество связей управления;
- (4) масштаб управляемости, целесообразный для фирмы.

**(9) Для любого бизнесмена определяющим признаком является то, что он:**

- (1) является собственником ценных бумаг
- (2) работает ради получения прибыли
- (3) руководит коммерческим предприятием
- (4) берет на себя личную ответственность за совершение сделок
- (5) имеет самостоятельность в ведении хозяйственных операций.
- (6) живет мыслями о своем бизнесе

**(10) Процесс принятия решений начинается с:**

- (1) формулировки миссии предприятия
- (2) постановки управленческих целей
- (3) выявления проблемы
- (4) определения лица, ответственного за принятие решений
- (5) идентификации функциональной сферы, где принимается решение

**(11) Поставщиками физкультурно-оздоровительных услуг являются:**

- (1) зрители, болельщики
- (2) спортсмены
- (3) тренеры спортивных школ

**(12) Поставщиками физкультурно-оздоровительных услуг не являются:**

- (1) представители спортивной науки
- (2) зрители, болельщики
- (3) спортсмены

**(13) К физкультурно-оздоровительным услугам относятся:**

- (1) организация зарубежных поездок
- (2) производство спортивного инвентаря
- (3) индивидуальные занятия с фитнес-тренером



(4) ремонт спортивного сооружения

**(14) К физкультурно-оздоровительным услугам не относятся:**

(1) спортивные праздники

(2) организация зарубежных поездок

(3) производство спортивного инвентаря

(4) ремонт спортивного сооружения

**(15) Маркетинговое исследование это (укажите какое из определенных определений, является не верным).**

(1) система сбора, упорядочения, оценки и распространения информации о состоянии рынка;

(2) любая исследовательская деятельность, направленная на удовлетворении информационно - аналитических потребностей маркетинга;

(3) процесс систематической подготовки и проведения различных обследований, анализа полученной информации и предоставления результатов и выводов в виде, соответствующей конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед организацией;

(4) сбор, анализ и обработка информации о потребителях, конкурентах, товарах и о рынке в целом с целью принятия эффективных хозяйственных решений.

Требования к выполнению практического задания:

Рекомендуемое количество тестовых вопросов в практическом задании 15, время тестирования 1 академический час. Вопросы тестов включают в себя один или несколько вариантов правильных ответов.

2. Тема практического занятия.

### **Маркетинг в сфере физической культуры и спорта. РАЗДЕЛ 3. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ.**

Вопросы к обсуждению:

Цена: понятие, основные функции, маркетинговое значение.

Ценовая политика в маркетинге: сущность и этапы ее формирования. Факторы, влияющие на ценообразование.

Цели, стратегии и задачи ценовой политики физкультурно-спортивных организаций.

Методы и процедуры формирования базовой цены на физкультурно-спортивные услуги.

Основные методы адаптации цен на физкультурно-спортивные услуги к условиям рынка.

Практические задания:

**Задачи на занятие:**

тестовое задание на тему: «Ценообразование в системе маркетинга физкультурно-спортивных услуг».

**Оборудование:** ручка, тетрадь, компьютер

## ТЕСТЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

1. *Маркетинговое исследование – это (укажите, какое из приведенных определений является неверным):*

- 1) система сбора, упорядочения, оценки и распространения информации о состоянии рынка;
- 2) любая исследовательская деятельность, направленная на удовлетворение информационно-аналитических потребностей маркетинга;
- 3) процесс систематической подготовки и проведения различных обследований, анализа полученной информации и предоставления результатов и выводов в виде, соответствующем конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед организацией;

4) сбор, анализ и обработка информации о потребителях, конкурентах, товарах и о рынке в целом с целью принятия эффективных хозяйственных решений.

2. *Фундаментальное маркетинговое исследование – это исследование, которое:*

1) нацелено на решение конкретной практической проблемы, например, на оценку экономической эффективности коммуникативных акций;

2) направлено на получение новой научной информации, а не на решение конкретной практической задачи;

3) проводится с целью сбора предварительной информации и применяется, когда предмет исследования мало или вообще не изучен,

4) предполагает оперирование, в основном, количественными показателями.

3. *Периодические маркетинговые исследования, которые проводятся с группой одних и тех же респондентов, называются:*

1) омнибусными;

2) трекингowymi;

3) бенчмаркетинговыми;

4) панельными.

4. *Периодические маркетинговые исследования, которые охватывают каждый раз новую группу респондентов, называются:*

1) омнибусными;

2) трекингowymi;

3) дескриптивными;

4) казуальными.

5. *Установите соответствие между перечисленными видами маркетинговых исследований и их определениями:*

1) Инициативное исследование

А) Маркетинговое исследование, оплачиваемое группой заказчиков

2) Омнибусное исследование

Б) Маркетинговое исследование, которое выполняется за свой счёт

3) Заказное исследование

В) Маркетинговое исследование, оплачиваемое конкретным заказчиком

6. *Бенчмаркетинговое исследование...*

1) ставит целью сбор начальной информации для определения проблемы и постановки гипотезы предстоящего масштабного маркетингового исследования;

2) представляет собой маркетинговое исследование, повторяющееся через определённый промежуток времени;

3) служит для поиска, адаптации и практического применения лучших из применяемых на сегодняшний день методов организации бизнес-процессов;

4) проводится с использованием вторичной (то есть собранной ранее и, как правило, опубликованной) информации.

7. Установите соответствие между основными принципами проведения маркетинговых исследований и их содержанием:

1) Регулярность	А) Маркетинговые исследования должны проводиться в соответствии с общепринятыми этическими нормами, зафиксированными Международным кодексом по практике маркетинговых и социальных исследований, и правилами добросовестной конкуренции
2) Объективность	Б) Преимущественное оперирование количественными оценками рассматриваемых показателей, учёт возможных погрешностей измерения, достоверности различий между анализируемыми данными и т.п.
3) Системность и комплексность	В) Маркетинговые исследования не должны носить случайный или эпизодический характер, они должны вестись на постоянной основе
4) Достоверность и точность	Г) Изучать рыночные явления и процессы следует во всей их полноте, взаимосвязи и развитии
5) Этичность	Д) Полученные выводы должны быть основаны не на интуиции или предварительно сформированном мнении исследователя, а исключительно на фактах. Кроме того, в процессе маркетингового исследования должны рассматриваться все полученные данные – нельзя отбрасывать те результаты, которые не укладываются в принятую теорию или гипотезу

Требования к выполнению практического задания:

Рекомендуемое количество тестовых вопросов в практическом задании 7, время тестирования 30 минут. Вопросы тестов включают в себя один или несколько вариантов правильных ответов.



## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждены и введены в действие решением кафедры физической культуры, спорта и здорового образа жизни на основании Федерального государственного образовательного стандарта бакалавриата по направлению подготовки <i>49.03.01 Физическая культура</i> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017г № 940	Протокол заседания кафедры физической культуры, спорта и здорового образа жизни № 7 от «06» марта 2023 года	01.09.2023