

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/376376>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

Оглавление

Введение 3

Глава I Теоретические основы сущности маркетинга в ФК и С 5

1.1. Особенности спортивного маркетинга и его сущность 6

Глава 2 Анализ маркетинга спортивного клуба 17

2.1. Описание фитнес клуба 17

2.2 Задачи маркетинга 21

Глава 3 Предложения по совершенствованию маркетинговой стратегии фитнес клуба 27

Заключение 30

Список литературы 31

Оглавление

Введение 3

Глава I Теоретические основы сущности маркетинга в ФК и С 5

1.1. Особенности спортивного маркетинга и его сущность 6

Глава 2 Анализ маркетинга спортивного клуба 17

2.1. Описание фитнес клуба 17

2.2 Задачи маркетинга 21

Глава 3 Предложения по совершенствованию маркетинговой стратегии фитнес клуба 27

Заключение 30

Список литературы 31

Список литературы

1.Александрович, О.Ю. Актуальность применения технологий спортивного маркетинга в продвижении товаров и услуг / О.Ю. Александрович, С.А. Рудых, К.С. Акишина // Физическая культура и спорт: актуальные проблемы, тенденции и пути оптимизации: Материалы Международной научно-методической конференции, Иркутск, 14 июня 2019 года / Иркутский государственный университет. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2019. – С. 9-13. – EDN ORGLDE.

2.Балахнин, И. Маршрут построен! [Текст] : применение карт путешествия потребителя для повышения продаж и лояльности / И. Балахнин. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 109 с. – ISBN 978-5-9908133-2-8.

3.Бартенева, Н. Е. Объяснительные модели потребления фитнес-услуг в теоретическом дискурсе современной социологии / Н. Е. Бартенева // Вестник экономики, права и социологии. – 2016. – № 1. – С. 230-236. – EDN VSCZCV.

4.Бартенева, Н. Е. Социокультурная детерминация поведения потребителей в сфере фитнеса / Н.Е. Бартенева, А.Ю. Мягков // Известия высших учебных заведений. Серия «Гуманитарные науки». – 2015. – Том 6. Вып. 3. – С. 172-177.

5.Бартенева, Н.Е. Гендерные особенности поведения потребителей на рынке фитнес-услуг: опыт эмпирического исследования // Научные дискуссии: материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Тенденции и перспективы развития современного общества». – Воронеж, 30 июня 2015 г. – Т. 4. – Воронеж: Изд-во «Научноисследовательские публикации» ООО «ВЭЛБОРН», 2015. – С. 39-43.

6.Бартенева, Н.Е. Моделирование поведения потребителей фитнес-услуг: опыт применения факторного анализа / Н.Е. Бартенева // Вектор науки ТГУ, 2016. – № 2. – С. 79-85.

7.Бартенева, Н.Е. Социологическое исследование мотиваций потребителей фитнес-услуг / Н.Е. Бартенева // Состояние и перспективы развития электро- и теплотехнологии: Материалы междунар. науч.-тех. конф.

(XVIII Бенардосовские чтения). Иваново, 27–29 мая 2015 г. – Иваново: ИГЭУ, 2015. – С.103–106.

8. Бикмухаметов, Р.К. Фитнес-клубы как средство привлечения взрослого населения к занятиям физической культурой / Р.К. Бикмухаметов, А.Р. Бикмуллина, И.Ф. Нуруллин // Наука и спорт: современные тенденции. № 4 (Том 9). – 2021. – С. 91.

9. Божук, С. Г. Анализ факторов внешней среды, определяющих перспективы развития рынка продуктов для здорового образа жизни в России / С.Г. Божук, Н.А. Плетнева, А.А. Минина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 5(90). – С. 161–169. – DOI 10.21295/2223-5639-2021-5-161-169. – EDN VIRHOF.

10. Войнова, А. А. Маркетинговые исследования спортивных организаций (на примере бенчмаркинга фитнес-клубов «территория фитнеса» и «world class») / А.А. Войнова // Управленческие науки в современном мире : Сборник докладов студенческих секций Восьмой Международной научно-практической конференции, Москва, 10–11 ноября 2020 года. – Санкт-Петербург: Издательский дом "Реальная экономика", 2021. – С. 90–94. – EDN CBNNDQ.

11. Глухова, Е. А. Потребительское поведение в экономике сферы физической культуры и спорта / Е. А. Глухова // Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : Материалы IV Международной научной конференции, Донецк, 29–31 октября 2019 года / Под общей редакцией С.В. Беспаловой. – Донецк: Донецкий национальный университет, 2019. С. 208–211. – EDN ALHEEF.

12. Грищенко, А.И. К вопросу о сущности маркетинга в сфере физической культуры и спорта /А.И. Грищенко // Экономика, социология, право. 2019. №1. С.34.

13.

14. Гусинец, Е.В. Особенности потребительских предпочтений, занимающихся в фитнес-клубах г. Гомеля / Е.В. Гусинец // Эпоха науки. – 2020. № 22. С. 96–108. – DOI 10.24411/2409-3203-2020-12223. – EDN JRTUKB.

15. Исследование предпочтений потребителей фитнес-услуг сообщества фитнес-клуба / О.М. Калиева, М.С. Мантрова, О.А. Иневатова, Д.А. Ватченко // Экономические науки. – 2021. – № 194. С. 85–91. DOI 10.14451/1.194.85. EDN ZSHEYG.

16. Как подготовить и провести глубинное интервью с клиентом фитнес-клуба: чек-лист из 8 пунктов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fitness1c.ru/blog/kak-podgotovit-i-provesti-glubinnoe-intervyu-s-klientom-fitness-kluba-chek-list-iz-8-punktov/>

17. Кожаев, Ю.П. Анализ потребительского потенциала и привлекательности локального рынка фитнес-индустрии премиум класса г. Москвы / Ю.П. Кожаев, О.Ю. Зевеке // Инновации и инвестиции. 2019. №11. С.323 – 328.

18. Кочеткова, И.А. Моделирование расчета маркетингового потенциала на рынке фитнес-услуг / И.А. Кочеткова // Моделирование в технике и экономике : сборник материалов международной научно-практической конференции. Витебск, 23–24 марта 2016 года / Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2016. С. 322–324. – EDN WJNDIT.

19. Кузовлева, И.Ю. Особенности анализа внутренней и внешней среды спортивного сооружения / И.Ю. Кузовлева // Путеводитель предпринимателя. – 2019. № 42. С. 107–115. EDN ZDBWUH.

20. Кузовлева, И.Ю. Реклама как способ влияния на фактор сезонности продаж спортивных услуг / И.Ю. Кузовлева // Интеграция наук. 2017. № 5(9). С. 190–195. EDN ZAYYSX.

21. Лобанова, С. В. Рекламная и маркетинговая поддержка новой фитнес-услуги при выходе на российский рынок / С. В. Лобанова // Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века : Материалы IX Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Екатеринбург, 20 октября 2021 года / Ответственные за выпуск: В.Е. Ковалев, Л.М. Капустина. Ответственный редактор О.И. Попова. – Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2021. С. 162–164. – EDN BIBOWQ.

22. Маркетинговое исследование критериев выбора студий пилатеса / К.В. Белоусова, А.В. Лабазова, С.В. Булганина, Т.Е. Лебедева // Московский экономический журнал. – 2020. № 4. С. 48. DOI 10.24411/2413-046X-2020-10214. EDN AZXPJZ.

23. Набиев, Р. А. Управление развитием физкультурно-оздоровительной деятельности в современных экономических условиях / Р.А. Набиев, В.В. Зверев // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2018. № 3. С. 48–56. – DOI 10.24143/2073-5537-2018-3-48-56. – EDN XYZDMD.

24. Насонов, В.В. Управление проектами в фитнесе и массовом спорте учебно-методическое пособие для студентов направления подготовки 49.04.01 Физическая культура (Практикум) / В.В. Насонов, Д.С. Речапов – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2020. 80 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/376376>