



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ  
Министър на образованието и науката

ЗАПОВЕД

№ РД 09 - 4081... .. 20.08.2013 г.

На основание чл. 25, ал. 4 от Закона за администрацията, във връзка с чл. 13, ал. 1 от Закона за професионалното образование и обучение, чл. 102, ал. 2 от Правилника за прилагане на Закона за народната просвета и чл. 17, ал. 2 от Наредба № 6 от 28.05.2001 г. за разпределение на учебното време за достигане на общообразователния минимум по класове, етапи и степени на образование и във връзка с осигуряване на обучението по учебния предмет

УТВЪРЖДАВАМ

Учебна програма за задължителна професионална подготовка по учебен предмет **маркетинг на спорта** за придобиване на III степен на професионална квалификация по професия код 813080 „Организатор на спортни прояви и първенства”, специалност код 8130801 „Организация на спортни прояви и първенства” от професионално направление код 813 „Спорт” съгласно приложението.

Учебната програма влиза в сила от учебната 2013/2014 година.

Контрол по изпълнение на заповедта възлагам на Атанаска Тенева - заместник-министър.

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО  
И НАУКАТА :

/п/ ПРОФ. Д-Р АНЕЛИЯ КЛИСАРОВА

Вярно,

ДИРЕКТОР НА ДИРЕКЦИЯ  
„КАНЦЕЛАРИЯ И  
АДМИНИСТРАТИВНО  
ОБСЛУЖВАНЕ :

/ Красимира Косева /



Зам.-министър: *А. Тенева*  
Заповед №: *РД 09-945/12.08.13*

**МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА**

**УЧЕБНА ПРОГРАМА**

**ЗА**

**ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ПРОФЕСИОНАЛНА ПОДГОТОВКА**

**ПО**

**МАРКЕТИНГ НА СПОРТА**

**ТЕОРИЯ**

**УТВЪРДЕНА СЪС ЗАПОВЕД №** *P209-1081/30.08.2013г*

**ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ:**

813 „СПОРТ”

**ПРОФЕСИЯ:**

813080

„ОРГАНИЗАТОР НА СПОРТНИ  
ПРОЯВИ И ПЪРВЕНСТВА”

**СПЕЦИАЛНОСТ:**

8130801

„ОРГАНИЗАЦИЯ НА СПОРТНИ  
ПРОЯВИ И ПЪРВЕНСТВА”

**София  
2013 година**

Учебното съдържание е разпределено в 4 основни раздела със съответен брой теоретични часове в процеса на обучението.

Маркетингът на спорта се разглежда като социална и икономическа система. Предмет на обучението са социални, икономически, педагогически, информационни и законодателни характеристики на маркетинга на спорта.

Обучението по предмета се извършва под формата на теоретични уроци и занимания с практически насоченост. За обучението се осигуряват: учебна литература, учебно-технически средство (мултимедия, фотоси, компютърна техника, видеоматериали и др.).

## II. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЧЕБНОТО ВРЕМЕ

**Общ брой часове за учебния предмет**

**XI клас**      **І учебен срок: 18 учебни седмици x 2 учебни часа = 36 учебни часа**

**Общо учебни часове** **=36 учебни часа**

### III. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

## Раздел 1

**Обща теория на маркетинга - 8 учебни часа**

**1. тема** Същност, характеристика и значение на маркетинга в съвременното общество - 2 учебни часа

- 2. тема** Дефиниции и маркетингови функции - 2 учебни часа
- 3. тема** Външна и вътрешна среда на маркетинга - 2 учебни часа
- 4. тема** Тенденции в развитието на маркетинга - 2 учебни часа

## **Раздел 2**

Маркетингът в спорта - 6 учебни часа

- 1. тема** Същност и специфични особености на маркетинга в спорта - 2 учебни часа
- 2. тема** Маркетингова среда в спорта (външна и вътрешна) - 2 учебни часа
- 3. тема** Маркетингови субекти в спорта - 2 учебни часа

## **Раздел 3**

Маркетингът на спорта като социално-икономическа система - 14 учебни часа

- 1. тема** Структура и елементи на маркетинга на спорта - 2 учебни часа
- 2. тема** Същност на спортния пазар - 2 учебни часа
- 3. тема** Продуктова политика в спорта. Жизнен цикъл на продукта - 2 учебни часа
- 4. тема** Ценова политика в спорта. Технология и механизми за ценообразуване на спортни продукти - 2 учебни часа
- 5. тема** Комуникационна маркетингова политика в спорта - 2 учебни часа
- 6. тема** Дистрибуционна политика в спорта - 2 учебни часа
- 7. тема** Специфика на потребителите на продукти в спорта - 2 учебни часа

## **Раздел 4**

Маркетингови изследвания в спорта - 8 учебни часа

- 1. тема** Същност, специфика и значение на маркетинговите изследвания в спорта - 2 учебни часа
- 2. тема** Маркетингова информационна система в областта на спорта - 2 учебни часа
- 3. тема** Технология и механизми за проектиране на маркетингово изследване - 2 учебни часа
- 4. тема** Разработка на програма за маркетингови изследвания в спорта - 2 учебни часа

#### **IV. ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ**

В края на обучението по предмета маркетинг на спорта учениците трябва да:

**знаят:**

- съвременната теория на маркетинга като един от факторите за развитието на икономическата и социалната област на обществото
- спецификата и значението на маркетинга в спорта
- структурата и функциите на основни производители на продукти в спорта
- основни структурно-функционални елементи на маркетинговия микс (пазар, ценообразуване, потребители, производители, дистрибуция, промоция, реклама, конкуренция и др.)
- целите, подходите, методите, технологията и механизмите за проектиране на маркетингово изследване в спорта

**могат:**

- да планират маркетингово изследване в спорта (обект, предмет, цел, задачи, хипотеза, организация)
- да анализират резултати от маркетингови изследвания на спорта
- да прилагат методи на маркетингови изследвания
- да проектират модели на маркетингови изследвания на спорта, вкл. да прилагат критерии и показатели за социална и икономическа ефективност на маркетинговите изследвания, вкл. за оценка на двигателната активност на потребителите на маркетингови продукти

#### **V. АВТОРСКИ КОЛЕКТИВ – РАБОТНА ГРУПА**

1. Проф. д-р Петър Банков, хоноруван преподавател, Катедра "Мениджмънт на спорта" в НСА "Васил Левски"
2. Проф. д.п.н. Малчо Малчев, хоноруван преподавател в Шуменския университет „Епископ Константин Преславски“
3. Доц. д-р Юлиян Карабиберов, преподавател, Катедра „Лека атлетика“ в НСА "Васил Левски"
4. Доц. д-р Мария Пендева, преподавател в НСА „Васил Левски“
5. Мария Дочкова, учител в 166 СУ „В. Левски“ - гр. София
6. Георги Стоичков, учител и пом. директор по спортна подготовка в 166 СУ „В. Левски“ - гр. София

7. Светла Георгиева, държавен експерт в дирекция „Ученически и студентски спорт”, Министерство на младежта и спорта
8. Любка Алипиева, главен експерт в дирекция „Образователни програми и образователно съдържание”, Министерство на образованието и науката

## **VI. ЛИТЕРАТУРА**

- Банков, П. Управление на спорта в свободното време. Болид - Инс., С., 2007.
- Сандански, И. Ефективен маркетинг и спонсорство на ученически спортен клуб. НСА Прес, С., 2008.
- Цолов, Б. Основи на маркетинга в спорта. Изд. Болид-Инс., С., 2008
- Национална стратегия за развитие на физическото възпитание и спорта в Република България за периода 2013-2022 година. Министерски съвет. Министерство на физическото възпитание и спорта. С., 2010.
- Атанасова, Н. Маркетинг на спортната активност в образователната система. НСА Прес. С., 2012.
- Атанасова, Н. Маркетингови изследвания в спорта. НСА Прес. С., 2012.