

УДК 797.212

МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ПЛОВЦОВ

Студент гр. 10203121 Прозорова М., студент гр. 11404118 Буянов Т. О.
Кандидат пед. наук, доцент Ковель С. Г., ст. преподаватель Колтунова А. Н.
Белорусский национальный технический университет, Минск, Беларусь

Эффективная система контроля специальной подготовленности пловцов, оценивающая возможности спортсмена по всем важнейшим показателям, определяющим спортивный результат, является неотъемлемой частью всего процесса управления развитием специальной подготовленности спортсменов в системе многолетней подготовки.

Специфика силовых качеств, необходимых пловцу, обусловлена характером сил сопротивления при плавании. В этой связи силовая подготовка пловца предусматривает развитие различных видов силовых качеств: максимальной и взрывной силы, скоростно-силовой и силовой выносливости. Максимальная и взрывная сила в значительной мере обуславливают уровень скоростных возможностей, влияя на величину силы тяги, развиваемой при плавании, на качество стартовых прыжков и поворотов.

В качестве методики тестирования специальной физической подготовленности пловцов использовали следующие тесты для оценки индивидуальной подготовленности спортсмена по данным педагогического тестирования рассчитываются коэффициенты:

1) относительная сила тяги на суше (ОСТс):

$$\text{ОСТс} = \frac{F_c}{m} \quad (1)$$

где F_c – сила тяги на суше; m – масса тела спортсмена.

2) относительная сила тяги в воде (ОСТв):

$$\text{ОСТв} = \frac{F_{вк}}{m} \quad (2)$$

где $F_{вк}$ – сила тяги в воде при плавании в полной координации; m – масса тела спортсмена.

3) коэффициент использования силовых возможностей (КИСВ):

$$\text{КИСВ} = \frac{F_{вк}}{F_c} \quad (3)$$

4) коэффициент координации (КК):

$$\text{КК} = \frac{F_{вк}}{F_{вр} + F_{вн}} \quad (4)$$

где $F_{вр}$ – сила тяги в воде при плавании с помощью рук; $F_{вн}$ – сила тяги в воде при плавании с помощью ног.

Коэффициент использования силовых возможностей пловцов отражает перенос использования силовых способностей с суши на воду. Увеличение этого показателя также наблюдается по мере перехода спортсменов к специально-подготовительному и предсоревновательному этапу.

УДК 659.111.313

**БРЕНДИРОВАНИЕ В СПОРТЕ
(НА ПРИМЕРЕ ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА «БАРСЕЛОНА»)**

Студент гр. 11904120 Салабаев А. И.
Кандидат экон. наук, доцент Карнейчик В. В.
Белорусский национальный технический университет, Минск, Беларусь

Бренд – это своеобразное лицо компании, за которым стоят научные и технические достижения, особенности продукта или услуги, его практические свойства и область применения. Потенциальный клиент видит в бренде репутацию фирмы, качество, надежность и узнаваемость.

Бренды обеспечивают эмоциональную связь между потребительским восприятием и функциональностью продукта, реализуя потенциал на четырех уровнях качества: функциональном, индивидуальном, социальном и коммуникативном.