

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ "УНІВЕРСУМ"**

**Циклова комісія економіко-математичних дисциплін і
менеджменту**



Олександр ЖОВТЯКОВ
2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент і маркетинг фізкультурно-спортивних заходів

для студентів

спеціальності 014 Середня освіта

освітньої програми Фізична культура

освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст



Розробник: Катахова Вікторія Іванівна, викладач циклової комісії економіко-математичних дисциплін і менеджменту Фахового коледжу "Універсум" Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидат економічних наук


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні циклової комісії економіко-математичних дисциплін і менеджменту

Протокол від «28» червня 2021 р. № 1

Голова циклової комісії  Оксана ГОЛОВЧАНСЬКА

Робочу програму перевірено
«01» березня 2021 р.

Заступник директора з навчально-методичної роботи  Зоя ГЕЙХМАН

Заступник директора з навчальної роботи  Яніна КАРЛІНСЬКА

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. (_____), «__» _____ 20__ р., протокол № __

на 20__/20__ н.р. (_____), «__» _____ 20__ р., протокол № __

на 20__/20__ н.р. (_____), «__» _____ 20__ р., протокол № __

на 20__/20__ н.р. (_____), «__» _____ 20__ р., протокол № __

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
	денна форма навчання
Вид дисципліни	варіативна
Мова викладання, навчання, оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів / годин	2 / 60
Курс	4
Семестр	7
Кількість змістових модулів з розподілом:	2
Обсяг кредитів	2
Обсяг годин, в тому числі:	60
Аудиторні	28
Модульний контроль	4
Семестровий контроль	-
Самостійна робота	28
Форма семестрового контролю	залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг фізкультурно-спортивних заходів» є формування у студентів компетентностей щодо функціонування системи менеджменту і маркетингу фізкультурно-спортивних закладів в сучасних ринкових умовах.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг фізкультурно-спортивних заходів» є: засвоєння теоретичних та організаційних засад формування і функціонування системи менеджменту і маркетингу фізкультурно-спортивних заходів в сучасних економічних умовах.

Предмет: організація системи менеджменту і маркетингу у сфері фізичної культури і спорту.

У результаті вивчення навчальної дисципліни у студента мають бути сформовані такі предметні **компетентності:**

загальні:

- здатність розуміти закономірності економічного, соціального та культурного розвитку України;
- здатність застосовувати набуті знання в практичних ситуаціях;

фахові:

- здатність здійснювати управління і контроль у галузі фізичної культури і спорту в сучасних ринкових умовах України;

предметні:

- готовність використовувати понятійно-категоріальний апарат з дисципліни;
- знання основних закономірностей, принципів та методів менеджменту для прийняття управлінських рішень у сфері фізичної культури і спорту;
- знання способів організаційного і фінансового забезпечення фізкультурно-оздоровчих заходів;
- розуміння місця і ролі спортивного менеджера в сфері фізичної культури і спорту;
- здатність здійснювати управління і контроль у галузі фізичної культури і спорту в сучасних ринкових умовах України;
- володіння основними концепціями маркетингу;
- розуміння потреб учасників фізкультурно-спортивних подій;
- знання методів ціноутворення фізкультурно-оздоровчих послуг;
- знання технології комунікативних зв'язків.

3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення дисципліни студент:

- аргументує управлінські рішення для вирішення питань, які виникають в роботі суб'єктів фізичної культури і спорту;
- здійснює маркетингове управління закладом фізичної культури і спорту;
- знає права і обов'язки спортивного менеджера;
- здійснює заходи з підготовки учнів до змагань з видів спорту, організацію

й проведення спортивних змагань;

- аналізує і оцінює стан ринку фізкультурно-спортивних послуг;
- вміє формувати ціну на фізкультурно-спортивні послуги.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
1	2	3	4	5	6	7	8
Змістовий модуль 1. Основи організації фізкультурно-спортивних заходів							
Тема 1. Теоретичні основи і місце менеджменту у фізичній культурі і спорті	6	2	1				7
Тема 2. Структура управління спортивно-оздоровчою організацією	7	2	1				
Тема 3. Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами	7	2	1	1			7
Тема 4. Менеджмент спортивних змагань	8	2	1	1			
Модульна контрольна робота	2						
Разом за змістовим модулем 1	30	8	4	2	0	0	14
Змістовий модуль 2. Маркетингове забезпечення фізкультурно-спортивних заходів							
Тема 5. Теоретичні основи спортивного маркетингу	6	2	1				7
Тема 6. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу	7	2	1				
Тема 7. Ціни і цінова політика у сфері фізкультурно-оздоровчих послуг	7	2		2			7
Тема 8. Комунікативна політика спортивно-оздоровчої організації	8	2		2			
Модульна контрольна робота	2						
Разом за змістовим модулем 2	30	8	2	4	0	0	14
Разом	60	16	6	6	0	0	28

* з урахуванням модульних контрольних робіт (4 год.)

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи організації фізкультурно-спортивних заходів

Тема 1. Теоретичні основи і місце менеджменту у фізичній культурі і спорті

Поняття «менеджменту» у спортивно-оздоровчій діяльності. Основні підходи у визначенні поняття «менеджмент».

Предмет менеджменту у спортивно-оздоровчій діяльності. Менеджмент як наука і мистецтво. Менеджмент як сукупність професійно підготовлених спеціалістів.

Загальні і конкретні функції менеджменту у спортивно-оздоровчій діяльності та їхня взаємодія в процесі здійснення управлінського циклу. Управлінський процес. Зміст процесу управління спортивно-оздоровчою організацією.

Принципи і методи менеджменту у спортивно-оздоровчій діяльності.

Ключові слова: менеджмент, управління, спортивно-оздоровча діяльність.

Література: [2; 11; 13; 16; 17].

Тема 2. Структура управління спортивно-оздоровчою організацією

Проектування організацій. Принципи побудови організаційної структури. Фази організаційного процесу.

Формування підрозділів організаційної структури. Розподіл спортивно-оздоровчої організації на підрозділи.

Централізація і децентралізація побудови організаційної структури. Визначення обов'язків і повноважень. Пірамідальна і плоска організаційна структури.

Чинники, що впливають на побудову організаційних структур. Організації механістичного та органічного типів. Типи взаємозалежності робіт у спортивно-оздоровчій організації. Вплив стратегій на організаційну еволюцію.

Типи і види організаційних структур та умови їх ефективного застосування у фізкультурно-спортивній організації.

Ключові слова: організаційна структура, спортивно-оздоровча організація, фізкультурно-спортивна організація, організаційна революція.

Література: [2; 3; 11; 13; 17].

Тема 3. Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами

Поняття, суть і завдання професії «спортивний менеджмент». Функції спортивного менеджера.

Принципи спортивного менеджменту. Методи, спеціалізації, стилі управління.

Категорії спортивних менеджерів, їх навчання.

Ключові слова: спортивний менеджер, методи управління, стилі управління, підготовка спортивних менеджерів.

Література: [2; 3; 7; 11; 13; 17].

Тема 4. Менеджмент спортивних змагань

Менеджмент спортивних шкіл і клубів України. Всеукраїнська спортивна спілка школярів. Всеукраїнська спортивна спілка студентів.

Спортивні школи, первинні осередки у загальноосвітніх школах, коледжах, вищих навчальних закладах різного рівня акредитації. Поняття і типи спортивних шкіл. Поняття і структура спеціалізованої дитячо-юнацької школи олімпійського резерву. Мета, завдання, принципи роботи спортивного клубу.

Принципи функції і методи спортивних змагань. Специфічні особливості і функції спортивних змагань. Нормативно-правова база регулювання проведення спортивних змагань.

Ключові слова: спортивна школа, спортивний клуб, спортивні змагання.

Література: [2; 3; 7; 11; 13; 17].

спорту Змістовий модуль 2. Маркетингове забезпечення фізкультурно-спортивних заходів

Тема 5. Теоретичні основи спортивного маркетингу

Поняття маркетингу та його основні цілі в системі фізичного виховання. Основні підходи визначення поняття “маркетинг”.

Об’єкти маркетингу у сфері фізичної культури і спорту. Основні об’єкти маркетингу у сфері фізичної культури і спорту.

Функції і суб’єкти маркетингу у сфері фізичної культури і спорту.

Історія маркетингу фізкультурно-оздоровчих та спортивних послуг. Передумови виникнення і розвитку маркетингу у вітчизняній системі фізичного виховання. Антимаркетингові стереотипи в системі фізичної культури і суспільства. Основні передумови розвитку маркетингу в системі фізичної культури.

Ключові слова: маркетинг, об’єкт маркетингу, функції маркетингу, історія маркетингу фізкультурно-оздоровчих та спортивних послуг.

Література: [1; 2; 4; 12; 15].

Тема 6. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу

Фізкультурно-оздоровчі послуги як категорія соціально-культурної сфери. Фізкультурно-оздоровчі послуги як товар. Основні характеристики асортименту послуг спортивно-оздоровчих організацій. Характеристика асортименту фізкультурно-оздоровчих послуг, які реалізуються умовною спортивно-оздоровчою організацією.

Основні етапи та методи формування й оптимізації асортименту послуг спортивно-оздоровчих організацій. Рівні фізкультурно-оздоровчих послуг. Основні комерційні характеристики фізкультурно-оздоровчих послуг.

Критерії класифікації та типології фізкультурно-оздоровчих послуг у маркетингу. Характер і тип суб’єктів, які формують пропозицію, надають і продають фізкультурно-оздоровчі послуги. Характеристики і типи споживачів фізкультурно-оздоровчих послуг.

Життєвий цикл фізкультурно-оздоровчої послуги і його характеристика.

Позиціонування фізкультурно-оздоровчих послуг на ринку. Критерії вибору

відмінних особливостей фізкультурно-оздоровчої послуги при її позиціонуванні.

Ключові слова: товар, асортимент послуг, життєвий цикл послуги, позиціонування.

Література: [1; 2; 4; 9; 10; 12; 15].

Тема 7. Ціни і цінова політика у сфері фізкультурно-оздоровчих послуг

Ціна: поняття, основні функції, маркетингове значення. Цінові проблеми ринку послуг галузі «Фізичне виховання, спорт і здоров'я людини»: основні підходи та стереотипи.

Цінова політика в маркетингу: сутність і етапи її формування. Основні етапи формування цінової політики спортивно-оздоровчої організації.

Цілі, стратегії та завдання цінової політики спортивно-оздоровчих організацій. Маркетингові стратегії встановлення ціни

Методи і процедури формування базової ціни на фізкультурно-оздоровчі послуги. Групи методів ціноутворення та встановлення варіанту базової ціни.

Основні методи адаптації ціни на фізкультурно-оздоровчі послуги до умов ринку

Ключові слова: ціна, цінова політика, цінова стратегія, адаптація ціни, метод ціноутворення.

Література: [1; 2; 4; 5; 8; 12; 15].

Тема 8. Комунікативна політика спортивно-оздоровчої організації

Поняття і основні функції комунікації. Сутність, основні засоби і особливості маркетингових комунікацій. Основні засоби маркетингових комунікацій. Характеристики особистісних і знеособлених видів комунікативної дії. Особливості основних засобів маркетингових комунікацій, які використовуються в діяльності спортивно-оздоровчих організацій

Комунікативні моделі в маркетингу. Цільові аудиторії як адресати комунікативних акцій спортивно-оздоровчої організації.

Інтегровані маркетингові комунікації. Реклама в системі маркетингових комунікацій. Основні критерії класифікації та види реклами, які їм відповідають. Public relations і пропаганда в системі маркетингу. Основні функції public relations та напрямки їх реалізації.

Основні напрямки планування заходів у сфері зв'язку з громадськістю та їх інструментарій. Персональні продажі в системі маркетингових комунікацій. Основні стадії виявлення та відбору потенційних клієнтів спортивно-оздоровчої організації.

Стимулювання збуту фізкультурно-оздоровчих послуг як засіб маркетингових комунікацій. Технологія комунікативної діяльності на ринку фізкультурно-оздоровчих послуг.

Ключові слова: комунікації, PR, реклама, стимулювання збуту фізкультурно-оздоровчих послуг.

Література: [1; 2; 4; 5; 8; 14; 15].

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	4	4
Відвідування семінарських занять	1	2	2	1	1
Відвідування практичних занять	1	1	1	2	2
Робота на семінарському занятті	10	1	10	0	0
Робота на практичному занятті	10	1	10	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом		-	62	-	52
Максимальна кількість балів: 114					
Розрахунок коефіцієнта: 1,14					

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Виконання самостійної роботи включає підготовку розгорнутого повідомлення за темою. Перелік тем:

1. Основні принципи менеджменту в сфері фізичної культури і спорту.
2. Основні етапи розвитку менеджменту як науки.
3. Становлення і розвиток управлінської науки в Україні.
4. Фізкультурно-спортивна послуга та її складові.
5. Нормативно-правова забезпечення фізкультурно-спортивних послуг.
6. Національна стратегія з оздоровчої рухової активності в Україні на період до 2025 року: основні положення.
7. Особливості навчально-тренувального процесу в ДЮСШ.
8. Державні органи управління сфери фізичної культури і спорту.
9. Громадські організації сфери фізичної культури і спорту.
10. Особливості внутрішнього середовища підприємства галузі фізкультури і спорту.
11. Особливості зовнішнього середовища підприємства галузі фізкультури і спорту.
12. Мотивація діяльності працівників організацій.
13. Організаційно-адміністративні методи спортивного менеджменту.
14. Соціально-психологічні методи спортивного менеджменту.

15. Основні умови ефективного маркетингу в сфері фізкультури і спорту.
16. Принципи і функції маркетингу в спорті.
17. Основні етапи маркетингового дослідження в сфері фізкультури і спорту.
18. Основні групи методів маркетингових досліджень.
19. Аналіз маркетингової інформації
20. Сутність та основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
21. Особливості проведення рекламних заходів у сфері фізичної культури і спорту.
22. Особливості тактики особистісних продаж у спортивній організації.
23. Основні форми стимулювання збуту послуг сфери фізичної культури і спорту.
24. Організація громадської думки щодо послуг спортивної організації.
25. Склад і структура маркетингової товарної політики.
26. Основні етапи життєвого циклу послуг спортивної організації.
27. Стратегії встановлення ціни на послугу спортивної організації.
28. Методи стимулювання збуту фізкультурно-спортивної послуги.
29. Ефективність діяльності спортивної організації.
30. Особливості підприємництва у сфері фізкультури і спорту.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Для визначення успішності навчання використовуються контрольні заходи, зокрема, модульний контроль. Проводиться з метою оцінки результатів навчання після закінчення вивчення певного змістового модулю.

Під час вивчення дисципліни використовуються такі форми модульного контролю:

- вирішення тестових і ситуаційних завдань;
- розв'язання практичних задач.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Під час вивчення дисципліни застосовується така форма семестрового контролю як залік.

6.5. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90 – 100	Відмінно
B	82-89	Дуже добре
C	75-81	Добре
D	69-74	Задовільно
E	60-68	Достатньо
FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу

7. Навчально-методична карта дисципліни «Менеджмент і маркетинг фізкультурно-спортивних заходів»

Разом: 60 год., лекції – 16 год., семінарські – 6 год., практичні - 6 год., самостійна робота – 28 год., модульний контроль – 4 год.

Модулі	Назва модуля	Кількість балів за модуль	Теми лекцій	Теми семінарських занять	Теми практичних занять	Самостійна робота	Види поточного контролю
Змістовий модуль I	Основи організації фізкультурно-спортивних заходів	62 балів	Тема 1. Теоретичні основи і місце менеджменту у фізичній культурі і спорті	Тема 1. Теоретичні основи і місце менеджменту у фізичній культурі і спорті		10 балів	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)
			Тема 2. Структура управління спортивно-оздоровчою організацією	Тема 2. Структура управління спортивно-оздоровчою організацією			
			Тема 3. Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами	Тема 3. Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами	Тема 3. Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами		
			Тема 4. Менеджмент спортивних змагань	Тема 4. Менеджмент спортивних змагань	Тема 4. Менеджмент спортивних змагань		
Змістовий модуль II	Маркетингове забезпечення фізкультурно-спортивних заходів	52 бали	Тема 5. Теоретичні основи спортивного маркетингу	Тема 5. Теоретичні основи спортивного маркетингу		10 балів	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)
			Тема 6. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу	Тема 6. Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу			
			Тема 7. Ціни і цінова політика у сфері фізкультурно-оздоровчих послуг		Тема 7. Ціни і цінова політика у сфері фізкультурно-оздоровчих послуг		
			Тема 8. Комунікативна політика спортивно-оздоровчої організації		Тема 8. Комунікативна політика спортивно-оздоровчої організації		

8. Рекомендована література

Базова література

1. Імас Є.В., Мічуда Ю.П., Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті : теорія та практика. К. : Олімпійська література, 2016. 270 с.
2. Прокопова Л. І., Чхайло М. Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг : Навч. посіб. Суми : Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2012. 298 с.

Додаткова література

3. Бондар А., Томанек М. Менеджмент позашкільних навчальних закладів фізкультурно-спортивного напрямку: Монографія. Бидгощ: Товариство наукової мережі спортивного права; 2018. 156 с.
4. Дячков Д.В., Ткачова (Нетеса) І.В. Маркетингово-орієнтований підхід до управління підприємствами спортивно-оздоровчих послуг. Інфраструктура ринку. 2020. №40. URL : <http://www.market-infr.od.ua/uk/40-2020>.
5. Карнаух А. С. Особливості застосування маркетингових інструментів в спортивних комунікаціях. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2018. № 2. С. 149-158.
6. Козак О.І., Лісений Є.В. Інноваційні інструменти просування спортивних послуг. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 16. С. 78-85.
7. Корольова М.В. Організація системи підготовки менеджерів у сфері фізичної культури та спорту. *Інноваційна педагогіка*. 2020. Випуск 22. Т.4. С.144-149.
8. Леонов Я. В. Використання маркетингових технологій в спортивній індустрії. *Ефективна економіка*, № 4, 2017. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8680>
9. Леонова Ю. О. Ефективна організація маркетингу спортивно-оздоровчих послуг як рушійна сила розвитку вітчизняного ринку. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №21. С. 251-257.
10. Леонова Ю. О., Бондар А. С. Управління ринком спортивно-оздоровчих послуг: проблеми та особливості. *Інфраструктура ринку*. 2020. №43. URL : <http://www.market-infr.od.ua/uk/43-2020>.
11. Наконечний І.Ю., Ціба Ю.Г. Основна проблематика менеджменту спортивних організацій в Україні. *Інноваційна педагогіка*. 2020. Випуск 22. Т.4. С. 247-251.
12. Попов О.В. Комплексний маркетинг сфери фізичної культури і спорту в умовах європейської інтеграції регіонального центру. *Слобожанський науково-спортивний вісник*. Харків: ХДАФК, 2015. №3(47). С. 88-92.
13. Рибчич І. Організаційно-правові механізми управління системою надання фізкультурно-спортивних послуг у державі. Збірник наукових праць. 2015. Вип. 42 “Ефективність державного управління”. С. 191-197.
14. Саранчук О.В., Діброва Т.Г. Особливості просування спортивних послуг на споживчому ринку. Актуальні проблеми економіки та управління :

зб. наук. пр. молодих вчених. 2015. Вип. 9. URL : https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/14400/1/2015_5_Saranchuk.pdf.

15. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

16. Стратегія розвитку фізичної культури і спорту на період до 2028 року : затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 4 листопада 2020 р. №1089. [Електронний ресурс]. Офіційний WEB-портал Верховної Ради України. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-2020-p#Text>

17. Ціпов'яз А.Т., Бондаренко В.В. Організація і управління фізичною культурою і спортом: навч. посіб. Кременчук: КПК, 2019. 128 с.

9. Додаткові ресурси

1. Законодавчі документи. [Електронний ресурс]. Офіційний WEB-портал Верховної Ради України. Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>

2. Міністерство молоді та спорту України. [Електронний ресурс]. Офіційний WEB-портал. Режим доступу : <https://sport.gov.ua/>

3. Ліга БизнесИнформ. [Електронний ресурс]. Офіційний WEB-портал. Режим доступу : www.liga.net.

4. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. [Електронний ресурс]. Офіційний WEB-портал. Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.