

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія економіко-математичних дисциплін і менеджменту



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної  
та навчальної роботи

*Олексій ЖИЛЬЦОВ*  
Олексій ЖИЛЬЦОВ

«        » \_\_\_\_\_ 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНИХ  
ЗАХОДІВ**

для студентів

спеціальності

014 Середня освіта

освітньо-професійної програми

Фізична культура

освітньо-професійного ступеня

фаховий молодший бакалавр

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА Код ЄДРПОУ 45307965	
Програма № <u>1295/24</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
<i>С. Шинько</i> (підпис)	(прізвище, ініціали)
«        »	20 <u>24</u> р.

Київ-2024



## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
	денна форма навчання
Вид дисципліни	вибіркова
Мова викладання, навчання, оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів / годин	3 / 90
Курс	4
Семестр	7
Кількість змістових модулів з розподілом:	3
Обсяг кредитів	3
Обсяг годин, в тому числі:	90
Аудиторні	42
Модульний контроль	6
Самостійна робота	42
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.

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

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності</i>		
ЗК8	здатний застосовувати набуті знання в практичних ситуаціях	1-22
<i>Фахові компетентності</i>		
ФК14	здатний здійснювати управління і контроль у галузі фізичної культури і спорту в сучасних ринкових умовах України	1-22
ФК17	здатний до організації оздоровчо-рекреаційної рухової активності учнів у закладах загальної середньої освіти	1-22
<i>Предметні компетентності</i>		
	демонструвати базові уявлення про різноманітність об'єктів та суб'єктів менеджменту як суспільної форми діяльності	1-22
	використовувати знання та практичні навички з менеджменту при організації роботи керівника	1-22
	демонструвати знання та практичні навички з менеджменту при плануванні особистої роботи менеджера	1-22
	застосовувати основні методи менеджменту в процесі діяльності підприємства	1-22

## 3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення дисципліни студент:

– аналізує процеси становлення фізичного виховання та розвитку різних напрямів спорту, олімпійського руху на міжнародному та національному рівнях (ПРН-10);

- аргументує управлінські рішення для вирішення питань, які виникають в роботі суб'єктів фізичної культури і спорту; має навички лідерства (ПРН-16);
- 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

№ з/п	Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
			Аудиторна:				Самостійна
			Лекції	Семінари	Практичні	Індивідуальні	
<b><i>Змістовий модуль 1. Основи організації фізкультурно-спортивних заходів в умовах воєнного стану</i></b>							
1.	Теоретичні основи і місце менеджменту у фізичній культурі і спорті	5	2				14
2.	Структура управління спортивно-оздоровчою організацією	6	2				
3.	Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами	8	2	2	1		
4.	Менеджмент спортивних змагань	9	2	2	1		
	Модульна контрольна робота	2					
	<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>14</b>
<b><i>Змістовий модуль 2. Система менеджменту спортивно-оздоровчих організацій</i></b>							
5.	Внутрішнє і зовнішнє середовище спортивно-оздоровчої організації як елемент менеджменту	5	2				14
6.	Бізнес-план спортивно-оздоровчої організації	10	2		4		
7.	Технологія створення спортивно-оздоровчої організації	8	2	1			
8.	Міжнародний спортивний рух і управління діяльністю міжнародних організацій	7	2	1			
	Модульна контрольна робота	2					
	<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>14</b>
<b><i>Змістовий модуль 3. Маркетингове забезпечення фізкультурно-спортивних заходів</i></b>							
9.	Теоретичні основи спортивного маркетингу	6	2	1			14
10.	Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу	7	2	1			
11.	Ціни і цінова політика у сфері фізкультурно-оздоровчих послуг	6	2		1		
12.	Комунікативна політика спортивно-оздоровчої організації	9	4		1		
	Модульна контрольна робота	2					
	<b>Разом за змістовим модулем 3</b>	<b>28</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>14</b>
	<b>Разом</b>	<b>90*</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>42</b>

\* з урахуванням модульних контрольних робіт (6 год.)

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### ***Змістовий модуль 1. Основи організації фізкультурно-спортивних заходів в умовах воєнного стану***

#### **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 менеджер». 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].*

#### **Змістовий модуль 2. Система менеджменту спортивно-оздоровчих організацій**

#### **Тема 5. Внутрішнє і зовнішнє середовище спортивно-оздоровчої організації як елемент менеджменту**

Загальна концепція системи менеджменту спортивно-оздоровчих організацій. Формування стратегічного менеджменту спортивно-оздоровчої організації. Вибір моделі ринкової поведінки. Змістовне формування стратегії. Вибір і оцінка оптимальних варіантів рішення проблем менеджменту спортивно-оздоровчих організацій. Основні показники ефективності менеджменту спортивно-оздоровчих організацій. Практичні рекомендації по ініціації і здійсненні менеджменту в організації спортивно-оздоровчого профілю.

*Ключові слова: спортивно-оздоровчі організації, стратегічний менеджмент, ринкова економіка, показники ефективності.*

*Література: [2; 3; 7; 11; 13; 17].*

#### **Тема 6. Бізнес-план спортивно-оздоровчої організації**

Сутність і призначення бізнес-плану. Зміст і загальна методологія розробки бізнес-плану. Структура бізнес-плану: короткий опис, компанія, ринок, проєкт, план впровадження.

*Ключові слова: бізнес-план, проєкт, компанія.*

*Література: [2; 3; 7; 11; 13; 17].*

#### **Тема 7. Технологія створення спортивно-оздоровчої організації**

Технологія створення спортивно-оздоровчої організації: загальна характеристика. Процедура вибору організаційно-правової форми спортивно-оздоровчої організації. Процедура інституціоналізації спортивно-оздоровчої організації. Процедура ліцензування діяльності спортивно-оздоровчої організації. Організаційні вимоги. Кваліфікаційні вимоги.

*Ключові слова: спортивно-оздоровча організація, організаційно-правові форми, ліцензування.*

*Література: [2; 3; 7; 11; 13; 17].*



## **Тема 8. Міжнародний спортивний рух і управління діяльністю міжнародних організацій**

Міжнародний спортивний рух: сучасні особливості. Міжнародні спортивні федерації з видів спорту. Міжнародний олімпійський рух. Міжнародний спортивний рух в галузі масового спорту.

*Ключові слова: міжнародний спортивний рух, спортивні федерації з видів спорту, олімпійський рух.*

*Література: [2; 3; 7; 11; 13; 17].*

### **Змістовий модуль 3. Маркетингове забезпечення фізкультурно-спортивних заходів**

## **Тема 9. 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 10. 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 11. 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 12. 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

Семінарське заняття та практичне заняття оцінюється за 10-бальною шкалою.

#### Критерії оцінювання виконання на семінарському/практичному занятті

Кількість балів	Значення оцінки (характеристика відповіді)
10	Відмінний рівень виконання завдань/відповідь повна, вичерпна й достатньо обґрунтована з, можливими, незначними недоліками
9	Достатньо високий рівень виконання завдань/відповідь без суттєвих (грубих) помилок, але не містить повних обґрунтувань
8	В цілому добрий рівень виконання завдань/відповідь містить незначну кількість несуттєвих помилок
7	Посередній рівень виконання завдань/відповідь містить значну кількість недоліків та/або незначну кількість помилок
5-6	Мінімально допустимий рівень виконання завдань, містить недоліки та помилки/відповідь неповна, що характеризується недостатньою обґрунтованістю, фрагментарністю, наявністю недоліків та помилок
3-4	Незадовільний рівень виконання завдань/відповіді, що виявляється у формальному запам'ятванні деяких понять і фактів, без належного їх розуміння, нездатності застосувати такі знання при вирішенні завдань
1-2	Незадовільний рівень виконання завдань/відповіді, що виявляється у неспроможності відтворити означення базових понять, положень, невмінні їх застосувати або виконання завдання/відповідь розпочата чи взагалі відсутня.

Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною шкалою

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	4	4	5	5
Відвідування семінарських занять	1	2	2	1	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	1	1	2	2	1	1
Робота на семінарському занятті	10	1	10	1	10	1	10
Робота на практичному занятті	10	1	10	2	20	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
<b>Разом</b>			<b>57</b>		<b>67</b>		<b>57</b>
Максимальна кількість балів: 181							
Розрахунок коефіцієнта: $181/100 = 1,81$							

## 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.

### **Критерії оцінювання виконання самостійних робіт**

Кількість балів	Значення оцінки (характеристика відповіді)
5	Відмінний рівень виконання з можливими незначними недоліками
4	В цілому добрий рівень виконання, містить незначну кількість несуттєвих помилок
3	Посередній рівень знань, виконання містить значну кількість недоліків
2	Мінімально допустимий рівень виконання

### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Для визначення успішності навчання проводиться модульна контрольна робота, яка оцінюється за 25 бальною шкалою.

Розробляється викладачем в залежності від фактичного навчального матеріалу та з урахуванням «Критеріїв оцінювання виконання практичних, лабораторних робіт та відповіді на семінарському занятті».

Завдання модульної контрольної роботи у своїй сукупності охоплюють усі теми модуля. Кожен варіант складається з завдань різних форм складності: визначення понять (2-5 терміни в кожному варіанті), аналіз та характеристика маркетингових процесів та специфіки управління фізкультурно-спортивних заходів у вигляді різнорівневих тестових завдань.

#### 6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Під час вивчення дисципліни застосовується така форма семестрового контролю як залік. Виставляється за результатами виконання студентами програми курсу за 100-бальною шкалою.

#### 6.5. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
<b>A</b>	<b>90 – 100</b> балів	<b>Відмінно</b> – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
<b>B</b>	<b>82-89</b> балів	<b>Дуже добре</b> – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
<b>C</b>	<b>75-81</b> балів	<b>Добре</b> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
<b>D</b>	<b>69-74</b> балів	<b>Задовільно</b> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
<b>E</b>	<b>60-68</b> балів	<b>Достатньо</b> – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
<b>FX</b>	<b>35-59</b> балів	<b>Незадовільно з можливістю повторного складання</b> – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умов належного самостійного доопрацювання
<b>F</b>	<b>1-34</b> балів	<b>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу</b> – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

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

Разом: 90 год., лекції – 26 год., семінарські – 8 год., практичні – 8 год., самостійна робота – 42 год.,

модульний контроль – 6 год.

Назва модуля	Змістовий модуль 1. Основи організації фізкультурно-спортивних заходів в умовах воєнного стану				Змістовий модуль 2. Система менеджменту спортивно-оздоровчих організацій				Змістовий модуль 3. Маркетингове забезпечення фізкультурно-спортивних заходів			
Кількість балів	57 балів				67 балів				57 балів			
Теми лекцій	Теоретичні основи і місце менеджменту у фізичній культурі і спорті	Структура управління спортивно-оздоровчою організацією	Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами	Менеджмент спортивних змагань	Внутрішнє і зовнішнє середовище спортивно-оздоровчої організації як елемент менеджменту	Бізнес-план спортивно-оздоровчої організації	Технологія створення спортивно-оздоровчої організації	Міжнародний спортивний рух і управління діяльністю міжнародних організацій	Теоретичні основи спортивного маркетингу	Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу	Ціни і цінова політика у сфері фізкультурно-оздоровчих послуг	Комунікативна політика спортивно-оздоровчої організації
Теми семінарських			Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами	Менеджмент спортивних змагань			Технологія створення спортивно-оздоровчої організації	Міжнародний спортивний рух і управління діяльністю міжнародних організацій	Теоретичні основи спортивного маркетингу	Фізкультурно-оздоровчі послуги в системі маркетингу		
Тема практичних занять			Спортивний менеджер в системі управління фізкультурно-спортивними закладами	Менеджмент спортивних змагань		Бізнес-план спортивно-оздоровчої організації					Ціни і цінова політика у сфері фізкультурно-оздоровчих послуг	Комунікативна політика спортивно-оздоровчої організації
Види поточного контролю	МКР – 25 балів				МКР – 25 балів				МКР – 25 балів			
Підсумковий контроль	181/100 = 1,81											

## 8. Рекомендована література

### Базова

1. Грибан Г. П. Управління у сфері фізичної культури і спорту. Житомир: Вид-во «Рута», 2022. 124 с.
2. Імас Є.В., Мічуда Ю.П., Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті : теорія та практика. К. : Олімпійська література, 2016. 270 с.
3. 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

4. Бондар А., Томанек М. Менеджмент позашкільних навчальних закладів фізкультурно-спортивного напрямку : монографія. Бидгощ: Товариство наукової мережі спортивного права; 2018. 156 с.
5. 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>.
6. Карнаух А.С. Особливості застосування маркетингових інструментів в спортивних комунікаціях. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2018. № 2. С. 149-158.
7. Козак О.І., Лісеній Є.В. Інноваційні інструменти просування спортивних послуг. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 16. С. 78-85.
8. Корольова М.В. Організація системи підготовки менеджерів у сфері фізичної культури та спорту. *Інноваційна педагогіка*. 2020. Випуск 22. Т.4. С.144-149.
9. Леонов Я. В. Використання маркетингових технологій в спортивній індустрії. *Ефективна економіка*, № 4. 2017. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8680>
10. 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.
11. 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>.
12. Наконечний І.Ю., Циба Ю.Г. Основна проблематика менеджменту спортивних організацій в Україні. *Інноваційна педагогіка*. 2020. Випуск 22. Т.4. С. 247-251.
13. 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.
14. 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.



15.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](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/14400/1/2015_5_Saranchuk.pdf).

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

17.Стратегія розвитку фізичної культури і спорту на період до 2028 року : затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 4 листопада 2020 р. №1089. Офіційний WEB-портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-2020-п#Text>

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

### **Інформаційні ресурси**

1. Законодавчі документи. Офіційний WEB-портал Верховної Ради України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/>

2. Міністерство молоді та спорту України. Офіційний WEB-портал. URL : <https://mms.gov.ua/>