

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Придніпровська державна академія фізичної культури і спорту

Факультет фізичної культури і спорту

Кафедра теорії та методики спортивної підготовки

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Завідувач кафедри ТМСР

д.пед.н, професор

Приходько В.В.



“__14__” __червня__ 2018 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг та менеджмент в фізичній культурі і спорті»

МАГІСТР

Галузь знань 01 ОСВІТА/ПЕДАГОГІКА

Спеціальність: 017 ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ

(шифр і назва спеціальності)

Спеціалізація/освітня програма «Фізична культура і спорт»

(назва спеціалізації)

Факультет: фізична культура і спорт,

(назва факультету)

Вид дисципліни: обов'язкова

2018-2022 навчальний рік

Робоча програма навчальної дисципліни - «Основи менеджменту, маркетингу культури і спорту» підготовлена для студентів I курсу (МАГІСТР) денного відділення, галузь знань 01 ОСВІТА/ПЕДАГОГІКА, спеціальність: 017 ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ.

Розробники:

Приходько В.В., д. пед. н., проф.,

Кощеєв О.С., к. фіз. вих.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри теорії та методики спортивної підготовки факультету фізичної культури і спорту, факультету фізичної культури і спорту, Придніпровської державної академії фізичної культури і спорту.

Протокол № _13_ від "_14_" __червня__ 2018 року

Завідувач кафедри



(підпис)

(_В.В. Приходько_)

(прізвище та ініціали)

"_14_" __червня__ 2018_ року

Ó В.В. Приходько,
О.С. Кощеєв, 2018 рік

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань : 01 ОСВІТА/ПЕДАГОГІКА (шифр і назва) Спеціальність: <u>017 ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ, 014 СЕРЕДНЯ ОСВІТА,</u> (шифр і назва)	<u>обов'язкова/за вибором</u>	
Модулів – 4	Спеціалізація освітня програма « <u>Фізична культура і спорт, фізична культура, фізичне виховання різних груп населення</u> »	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 4		1-й	
Індивідуальне науково-дослідне завдання <u>немає</u>		Семестр	
Загальна кількість годин – 120			2-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента –	Освітньо-кваліфікаційний рівень: «Магістр»		20 год.
		Практичні, семінарські	
			22 год.
		Лабораторні	
			-
		Самостійна робота	
		78 год.	
		Індивідуальні завдання: денна форма - год.	
		Вид контролю: залік	

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: сприяти формуванню компетентностей у студентів з менеджменту і маркетингу, а також з питань адміністративного менеджменту в діяльності фахівців фізичної культури і спорту.

- Завдання дисципліни:

- розкрити особливості сучасної системи управління організаціями, зосередившись на діяльності фахівців з фізичної реабілітації;
- сприяти формуванню спеціальних знань та вмінь щодо управління фізкультурно-оздоровчими організаціями різних форм власності;
- сприяти формуванню компетентностей щодо актуальних проблем маркетингової діяльності у галузі фізкультурно-оздоровчих послуг;
- створити уявлення про основні форми адміністративного менеджменту, що сприятиме формуванню компетентностей управління підлеглими.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: історичні етапи розвитку менеджменту у світі та на Україні; сучасні методи управління як основи адміністрування в галузі фізичного виховання, сутність діяльності маркетингу і проведення маркетингових досліджень, сутність діяльності адміністрування.

вміти: вдосконалювати діяльність вже існуючих фізкультурно-оздоровчих організацій, працюючих на умовах самоокупності; використовувати необхідні дослідницькі процедури щодо менеджменту та маркетингу; аналізувати та інтерпретувати результати досліджень щодо власних

організаційно-управлінських здібностей; використовувати набуті знання до вдосконалення діяльності різноманітних фізкультурно-оздоровчих організацій, у тому числі недержавної форми власності.

2. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи менеджменту фізичної культури і спорту.

Тема 1. Вступ до менеджменту. **Складові теми:** Визначення менеджменту; Специфіка управлінської праці; Розвиток управління, школи і підходи менеджменту; Школи управління; Внесок різних шкіл в науку управління; Сучасні концепції і підходи управління.

Тема 2. Науковий підхід в управлінні. **Складові теми:** Науковий підхід в управлінні.

Модульна робота 1 за темою «Розвиток управління, школи і підходи у менеджменті».

Змістовий модуль 2. Поняття про спортивні і фізкультурні організації як об'єкт менеджменту і маркетингу.

Тема 3. Поняття «організація», менеджер в спортивній організації, методи управління. **Складові теми:** Поняття «організація»; Менеджер в фізкультурно-спортивній організації; Взаємодія людини і організації; Класифікація організацій системи фізичної культури і спорту.

Тема 4. Основи маркетингу фізичної культури і спорту. **Складові теми:** Маркетингові дослідження - основа планування виробничої програми; Поняття про ринок; Вивчення попиту потреб; Цілі та функції ринку; Ринкові відносини в сфері фізичної культури і спорту;

Модульна робота 2 за темою «Особливості застосування методів управління».

Змістовий модуль 3. Основи адміністрування у фізкультурно-спортивній організації.

Тема 5. Маркетинг у фізичній культурі і спорті. **Складові теми:** Соціальна сутність та визначення маркетингу; Міжнародний маркетинг; Управління маркетингом; Маркетинг у фізичній культурі і спорті.

Модульна робота 3 за темою «Закон попиту і пропозиції: його прояв у сфері фізичної культури і спорту».

Змістовий модуль 4. Основи адміністрування у фізкультурно-спортивній організації.

Тема 6. Адміністрування в фізкультурно-спортивній організації. **Складові теми:** Лідерство, менеджмент і адміністрування; Особливості організаційної структури та адміністрування; Підходи до адміністрування; Визначення якостей лідера.

Модульна робота 4 за темою «Адміністрування в фізкультурно-спортивній організації».

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лекції	прак.	лаб.	інд.	сам.раб.		лекції	прак.	лаб.	інд.	сам.раб.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Основи менеджменту фізичної культури і спорту												
Тема 1. Вступ до менеджменту	16	4	4			8						
Тема 2. Науковий підхід в управлінні	14	4	2			8						
Модульна робота 1	1		1									
Усього годин	30	8	6			16						
Змістовий модуль 2. Поняття про спортивні і фізкультурні організації як об'єкт менеджменту і маркетингу												
Тема 3. Поняття «організація», менеджер в спортивній організації, методи управління	14	2	2			10						
Тема 4. Основи маркетингу фізичної	16	2	2			12						

культури і спорту													
Модульна робота 2	1		1										
Усього годин	30	4	4			22							
Змістовий модуль 3. Основи адміністрування у фізкультурно-спортивній організації													
Тема 5. Маркетинг у фізичній культурі і спорті	30	4	6			20							
Модульна робота 3	1		1										
Усього годин	30	4	6			20							
Змістовий модуль 4. Основи адміністрування у фізкультурно-спортивній організації													
Тема 6. Адміністрування в фізкультурно-спортивній організації	30	4	6			20							
Модульна робота 4	1		1										
Усього годин	30	4	6			20							
Усього годин	120	20	22			78							

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Аналіз змісту понять «управління», «менеджмент» і «керівництво» у фізичній культурі і спорті	4
2	Критика (неповнота) окремих шкіл управління	4
3	«Образ» успішного менеджера фізичної культури і спорту	4
4	Застосування SWOT-аналізу і концепції 4P у фізичній культурі і спорті	4
5	Закони попиту і пропозиції в області фізичної культури і спорту	4
6	Тести на самоперевірку якостей спортивного менеджера	2
	Разом	22

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Не передбачено навчальним планом	

7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва лабораторного заняття і короткий його зміст	Кількість годин
	Не передбачено навчальним планом	

8. Самостійна робота (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до менеджменту	8
2	Науковий підхід в управлінні	8
3	Поняття «організація», менеджер в спортивній організації, методи управління	10
4	Основи маркетингу фізичної культури і спорту	12
5	Маркетинг у фізичній культурі і спорті	20
6	Адміністрування в фізкультурно-спортивній організації	20
	Разом	78

9. Індивідуальні завдання

№ з/р	Назва індивідуального завдання	Кількість годин
	Не передбачено навчальним планом	

10. Методи навчання

При викладанні викладачами навчальної дисципліни використовуються традиційні методи подачі інформації (читання лекцій, проведення семінарських і практичних занять). Проте пріоритетними методами навчання студентської аудиторії є інтерактивна і самостійна робота. Серед цих особливостей, передовсім, можна відзначити вивчення, аналіз прикладного матеріалу, аналіз та синтез інформації щодо прикладів розвитку фізичної культури, спорту і туризму, відвідування бібліотек ПДАФКіС та м. Дніпра, відвідування різних заходів зі сфери їх майбутньої професійної діяльності.

11. Методи контролю

1. Поточний контроль – відвідування занять, усні та письмові відповіді за визначеними темами, виконання самостійної та індивідуальної роботи, написання модульних робіт за змістовними модулями.

2. Підсумковий контроль – залік.

Орієнтований перелік питань, які визначаються як питання поточного та семестрового контролю:

1. У інфляційній ситуації різко зростають ціни на всі спортивні товари. Чи має місце зростання попиту під час інфляції? Стимулюють інфляційні ціни збільшення виробництва і пропозиції товарів?

2. Чи є взаємозв'язок між рівнем витрат виробництва і еластичністю пропозиції?

3. Від чого залежить попит на фактори виробництва? Чому його називають "похідним попитом"? Що лежить в основі ринкового ціноутворення на фактори виробництва?

4. Мінімізація витрат і максімізація прибутку можуть змінити попит фірми на фактори виробництва. Чому? Як це відбувається?

5. Які особливості характерні для ринку праці трудових ресурсів в сфері послуг?

6. У чому полягають сучасні особливості підготовки кадрів для галузі "фізична культура і спорт"?

7. З яких основних видів виплат складається дохід працівника фізичної культури і спорту?

8. Що називають маркетингом? Чому підприємства і організації вдаються до маркетингу?

9. Чому в маркетингу важливо вивчати потреби в фізкультурно-оздоровчих послугах?

10. Як спортивна організація вивчає ринки збуту фізкультурно-оздоровчих послуг?

11. Що називається життєвим циклом послуг? З якою метою вивчається життєвий цикл послуг?

12. Що являють собою ціна і якість фізкультурно-оздоровчих послуг?

13. Перерахуйте види фізкультурно-оздоровчих послуг.

14. Які відмінності між громадськими та приватними спортивно-оздоровчими клубами?

15. Охарактеризуйте особливості маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг.

16. Які джерела доходів існуючих спортивно-оздоровчих центрів, клубів в Росії?

17. Хто може стати потенційним споживачем наступних товарів:

а) комп'ютери;

б) спортивні тренажери;

в) література з фізичного виховання дітей та підлітків;

г) боксерська груша;

д) акваланги.

18. Перерахуйте проблеми з якими може зіткнутися спортивна організація, яка не займається маркетингом.

19. Ви фахівець з маркетингу в фірмі. Які цілі ви сформулюєте для себе при вивченні ринку, якщо вам запропонують:

- а) організувати футбольний клуб;
- б) побудувати туристичний комплекс;
- і) пронести дитяче спортивне свято.

20. Виділіть типи купівельних потреб (заявлених, дійсних, незаявлених, приємних, таємних)

- а) при покупці дорогого спортивного тренажера, відомої торгової марки;
- б) відвідує невеликий спортивний клуб, розташований недалеко від будинку;
- в) споживача послуг елітного спортивного центру.

21. Охарактеризуйте п'ять концепцій маркетингової діяльності організацій з урахуванням особливостей сфери ФКіС.

22. Ви вирішили створити фірму, яка надає спортивні послуги. Сплануйте проведення маркетингового дослідження для оцінки доцільності Вашої фірми.

23. Складіть перелік джерел інформації про ринок спортивних послуг Вашого краю (району, міста). Сформулюйте пропозиції про процес збору цієї інформації.

24. Зробіть сегментування ринку фізкультурно-оздоровчих послуг. Виділіть найбільш перспективні сегменти. Розробіть пропозиції щодо позиціонування фізкультурно-оздоровчих послуг на ці сегменти.

25. Відвідайте спортивну секцію у великому магазині або спеціалізований спортивний магазин. Розгляньте кілька категорій товару. Зверніть увагу на розміри і ціни в межах товарних категорій. Визначте, чи можна порівняти ціни на товари різних виробників.

26. У практиці ціноутворення на спортивні товари та фізкультурно-оздоровчі послуги знайдіть приклади невідповідності ціни і якості спортивного продукту, поясніть їх.

27. Дайте визначення поняття спортивний менеджер, маркетинг, менеджмент?

27. Які 3 основні ролі відводять менеджеру в процесі управління?

28. Як економісти Заходу відносяться до планування?

30. Що таке факторинг? Що таке суборенда?

31. Дайте визначення поняття інфляції? Назвіть 3 види інфляції? У чому Ви бачите причини інфляції?

32. Що таке ліцензія; патент?

33. Ким стягується відсоток за кредит і від чого залежить його розмір?

34. Яка схема маркетингової діяльності підприємства?

35. Що таке інтрапартнер і антрапартнер? Що таке "ноухау"?

36. З чого слід починати спортивної організації, приймаються за реалізацію ліцензійної програми?

37. Як зробити фізкультурно-оздоровчий комплекс не просто доступним, а й привабливим?

38. Які особливості мають спортивні споруди, що знаходяться на госпрозрахунку? З чого починається імідж Вашого клубу?

39. Від чого залежить рівень заробітної плати у тренерів?

40. Які фактори треба враховувати при встановленні ціни на спортивно-оздоровчі послуги? Як зробити ФОК прибутковим?

41. Що таке ринок? Який ринок прийнято називати ідеальним, реальним, цивілізованим?

42. Коли з'явилася проблема професіоналізації великого спорту?

43. Що повинен робити спортивний менеджер для успішного виконання своїх обов'язків?

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота								Сума
Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2			Змістовий модуль 3,4			100
T1, 2	MP1	T3	T4	MP2	T5	T6	MP3,4	
20	5	10	10	5	20	20	10	
25		25			50			

12.1. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

12.2 Форма поточного контролю

Елементи контролю за змістовними модулями

Завдання	Мінім. к-сть балів	Макс. к-сть балів
Кількість балів за змістовий модуль I (max — 25)		
Відповіді за темами дисципліни (за 2 теми)	10	20
Модульна робота 1	5	5
Всього за модуль 1	15	25
Кількість балів за змістовий модуль II (max — 25)		
Відповіді за темами дисципліни (за 2 теми)	10	20
Модульна робота 2	5	5
Всього за модуль 2	15	25
Кількість балів за змістовий модуль III, IV (max — 50)		
Відповіді за темами дисципліни (за 4 теми)	20	40
Модульна робота 3,4	10	10
Всього за модуль 3,4	30	50
Всього	50	100

Примітка: кількість балів за відповіді за одну тему від 5 до 10; виконання модульної роботи від 5 до 10 балів.

13. Методичне забезпечення

З метою поліпшення сприйняття навчального матеріалу на протязі викладання курсу дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування фізичною культурою і спортом» використовуються мультимедійний проектор та ноутбук (презентації), стенди, плакати, наочні схеми.

14. Рекомендована література

14.1 Базова

1. Амстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. Москва: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. 832с.

2. Артышевский В.Н. Маркетинг физкультурно-спортивных услуг и товаров. Киев, 1993. 80 с.
3. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. Москва: ИД «ИНФРА-М», 2007. 314 с.
4. Иванов А.В. Настольная книга маркетолога. СПб.: Питер, 2004. 256с
5. Каменева Н.Г. Полякова В.А. Маркетинговые исследования: [учебное пособие]. Москва: Вузовский учебник, 2005. 439с.
6. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. СПб.: Наука, 1999. 232 с.
7. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку. Закономірності функціонування та розвитку: [монографія]. Київ: Олімпійська література, 2007. 216с.
8. Мудрик В.И., Мичуда Ю.П, Заветный С.А. Организационно-управленческие основы физической культуры и спорта: [учебные и справочные материалы]. Харьков: ХНАДУ, 2008. 408с.
9. Павленко А .Ф. Маркетинг. А.Ф. Павленко. Киев: Освіта. 2012. 241 с.
10. Савченко В. Г., Приходько В.В., Кощеева О. С. Управління проектами у спортивно-педагогічній діяльності: навч. посібник. Дніпро: 2017. 337 с.

14.2 Допоміжна

1. Аронов Г.З. Маркетинговая деятельность в сфере физкультурно-спортивных услуг. *Теория и практика физической культуры*, 2006. - №10. – С.62-63.
2. Бондар А.С., Пугачова Н.В. Маркетингові дослідження в сфері фізичної культури і спорту. *Слобожанський науково-спортивний вісник*. Харків: ХДАФК, 2007. Випуск 11. С.216-220
3. Бондар Т.С. Організаційно-педагогічна технологія менеджменту учнівських фізкультурно-оздоровчих клубів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.н.фіз.вих.: спец. 24.00.02. Харків. 2010. 20с.
4. Газнюк Л.М., Разумовський С.О. Об'єкти маркетингу в системі фізичної культури. *Слобожанський науково-спортивний вісник: наук.-теорет. журн*. Харків: ХДАФК, 2012. С. 134-136.
5. Лисенчук С.Г. Маркетинг у професійному футболі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. н. фіз.вих.: спец. 24.00.01. Київ, 2002. 14с.
6. Райко Д.В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія і організація: [монографія]. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2008.- 632с.
7. Середа Н. В. Організаційно-управлінський механізм впровадження маркетингу в систему дитячо-юнацьких спортивних шкіл: дис. ... кандидата наук з фіз. вих і спорту: 24.00.02 Харків, 2013. 289 с.

14. Інформаційні ресурси

1. <http://www.nbu.gov.ua/>
2. <http://www.sportkniga.kiev.ua/>

Викладачі: _____  _____ В.В. Приходько

_____  _____ О.С. Кощеев

Завідувач кафедри _____  _____ Приходько В.В.