

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни / освітнього компонента	Основи менеджменту та маркетингу у спорті
Освітня програма	«Фізична культура і спорт», першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 017 Фізична культура і спорт, галузі знань 01 Освіта/Педагогіка
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	<u>3</u> кредити / <u>90</u> годин
Вид підсумкового контролю	Залік
Мова викладання	Українська
Викладач	Гоголь Тетяна Василівна, старший викладач
CV викладача на сайті кафедри	https://som.rv.ua/?team_manager=
E-mail викладача	tetyana_gogol_83@ukr.net tetyana.hohol@rshu.edu.ua

Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Основи менеджменту та маркетингу у спорті» належить до вибіркового освітнього компоненту циклу професійної підготовки бакалавра фізичної культури і спорту, тренера-викладача з виду спорту.

Навчальний курс дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу у спорті» тісно пов'язаний з «Економікою спорту і фізичної культури» та іншими спортивними дисциплінами, що створює відповідне підґрунтя для вивчення інших навчальних дисциплін на першому рівні вищої освіти.

Метою вивчення навчальної дисципліни здобувачів вищої освіти спеціальності 017 Фізична культура і спорт є забезпечення цілісного уявлення здобувача про галузеву систему менеджменту і маркетингу; опанування принципами, методами і технологіями управління фізкультурно-спортивними організаціями в сучасних ринкових умовах України.

Завдання дисципліни: усвідомлення майбутніми фахівцями ролі фізичної культури і спорту у житті суспільства, ознайомлення зі структурою фізкультурного та спортивного руху в Україні, особливостями діяльності різних його ланок; знати систему управління сферою фізичного виховання і спорту, структурну побудову та зміст діяльності державних і громадських організацій, види регламентування їх діяльності, засади соціальної та юридичної відповідальності; знати систему кадрового забезпечення сфери фізичного виховання і спорту, порядок підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації фахівців; оволодіти інформацією про організації різних типів, які функціонують в сфері фізичного виховання і спорту, регламентування їх діяльності, основи спонсорської діяльності;

оволодіння знаннями та базовими вміннями сучасної технології управління персоналом організацій сфери, засвоїти інформацію про формальні і неформальні групи, форми влади, стилі керівництва, управління конфліктними ситуаціями; сформувані навички з планування та організації проведення спортивних заходів.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Менеджмент у спорті

Тема 1. Поняття, сутність та функції менеджменту.

Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань та економічного мистецтва управління. Менеджери на підприємстві. Рівні управління. Групи менеджерів. Методи дослідження.

Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Сутність та класифікація методів менеджменту. Економічні методи менеджменту. Організаційно-розпорядчі методи менеджменту. Соціальні методи менеджменту.

Тема 2. Процес та методи управління спортивною організацією.

Поняття процесу управління. Управлінський цикл. Управлінські процедури. Зміст і особливості процесу управління. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень. Підходи до прийняття управлінських рішень.

Визначення і класифікація методів управління. Соціально-психологічні методи управління. Організаційні методи управління. Правові методи управління. Економічні методи управління. Методологія вибору методів управління. Поняття «організація». Менеджер спортивної організації. Професійні вимоги до керівника фізкультурно-спортивної організації, тренера і спортсмена. Взаємовідносини людини і організації. Класифікація організаційних систем ФКіС.

Тема 3. Функції та технології спортивного менеджменту.

Планування як функція менеджменту. Стратегія розвитку ФКіС. Програмно-цільове планування у сфері ФКіС. Стратегія планування спортивної організації. Бізнес-планування в спортивному менеджменті. Методика складання плану (календаря) спортивної роботи. Індивідуальне перспективне планування підготовки спортсменів. Принципи відбору кандидатів у склад збірних для участі у міжнародних змаганнях і Олімпійських іграх.

Організація як функція управління. Варіанти організаційних структур. Взаємовідносини управлінських повноважень. Організація роботи з персоналом в спортивних організаціях.

Мотивація як функція управління. Зміст теорії мотивації. Процесуальні теорії мотивації. Сучасні практики підвищення мотивації персоналу. Мотивація професійних спортсменів. Мотивація спортсменів-учасників Олімпійських ігор, чемпіонатів світу та Європи. Мотивація спортсменів-учасників комерційних міжнародних змагань.

Контроль як функція управління. Загальна характеристика процесу контролю. Види контролю. Вимоги до контролю. Критерії якості спортивних товарів та послуг. Системи контролю в ФКіС на державному рівні. Основні форми звітності спортивних організацій.

Технології прийняття раціонального рішення. Особливості прийняття та реалізації управлінського рішення. Моделювання як підхід науки управління до прийняття рішень. Модельні характеристики спортсменів як орієнтири роботи тренера. Комунікації в спортивних організаціях. Антикризове управління спортивною комерційною організацією в умовах загальнонаціональної кризи. Кадровий менеджмент.

Тема 4. Фінансовий менеджмент у спорті.

Ефективне управління спортивним бізнесом. Завдання та функції фінансового менеджера в спортивних організаціях. Фінансовий аналіз та інвестиції. Управлінське дослідження спортивної організації. Фінансовий аналіз діяльності спортивної організації. Управління податками. Основні методи вивчення конкурентоспроможності і якості послуг спортивної організації. SWOT-аналіз сильних і слабих сторін, можливостей і загроз для спортивної фірми. Вивчення конкурентів у спортивному бізнесі за допомогою концепції «4P». Методи визначення якості послуг спортивної організації. Спонсорство і залучення спонсорів. Особливості реалізації квитків і прав трансляції у спорті. Квитковий бізнес (Ticketing). Купівля-продаж прав трансляції (Broadcasting).

Тема 5. Менеджмент спортивного заходу. Управлінські аспекти міжнародного спортивного і олімпійського руху.

Класифікація спортивних заходів. Єдиний календарний план міжрегіональних, всеукраїнських і міжнародних фізкультурно-спортивних заходів як основа менеджменту спортивних змагань. Організація спортивного заходу. Характеристики і послідовність основних управлінських дій. Менеджмент безпеки проведення спортивних змагань. Правові основи безпеки спортивних заходів у країнах Європи та Україні. Методика складання положення про змагання з виду спорту.

Організація міжнародного спортивного і олімпійського руху. Боротьба з прийманням допінгу як частина міжнародного спортивного руху. Параолімпійські ігри. Класифікація міжнародних спортивних об'єднань. Особливості менеджменту в міжнародних спортивних федераціях по видам спорту. Міжнародні спортивні федерації. Основні етапи процедури підготовки, організації і проведення Олімпійських ігор і Параолімпійських ігор. Участь представників України у менеджменті міжнародного спортивного руху. Комерціалізація як базис реформувань основ олімпійського спорту. Перспективи розвитку менеджменту світового спорту як інструмент вирішення проблем розвитку. Особливості стратегічного розвитку олімпійського спорту під керівництвом МОК різних років.

Змістовий модуль 2. Маркетинг у спорті

Тема 6. Теоретичні основи маркетингу.

Суть та визначення маркетингу. Комплекс елементів маркетингу. Принципи та функції маркетингової діяльності підприємства. Види маркетингу. Концепція маркетингового розвитку підприємства. Суб'єкти маркетингу підприємства. Зовнішні та внутрішні фактори маркетингу. Стратегічний план маркетингу підприємства. Процес внутрішнього стратегічного планування на підприємстві. План маркетингової діяльності підприємства. Результати маркетингової діяльності підприємства. Організаційна структура служби маркетингу на підприємстві.

Тема 7. Ринкова, товарна та цінова політика спортивної організації. Товарні знаки у спортивному бізнесі.

Ринки збуту та методи їх вивчення. Ринкові ситуації в маркетингу. Основні концепції визначення попиту та етапи прийняття рішень щодо купівлі. Ринковий попит та його суть. Методи оцінки поточного та перспективного попиту. Сегментація ринку споживачів. Основні фактори, що впливають на поведінку споживачів.

Вивчення продукту. Товар та види товарів. Етапи життєвого циклу товару. Конкурентоспроможність товарів на ринку. Оцінка ринку при впровадженні нового товару. Процес планування нової продукції. Інноваційна політика. Позиціонування товару та асортиментна політика підприємства.

Політика ціноутворення. Класифікація цін, види цін. Фактори, які визначають цінову політику підприємства. Ціна і попит. Методи ціноутворення. Встановлення цін на новий товар. Формування ціни на продукцію підприємства. Етапи ціноутворення. Види цінових стратегій. Державна політика регулювання цін.

Загальні відомості про фірмовий стиль і товарні знаки. Товарні марки, класифікація товарних марок. Функції товарних знаків. Стратегія вибору і розробка марки товарів. Основні вимоги до товарного знаку, правила застосування товарного знаку. Упаковка та її

функції. Процес вибору упаковки. Штрихове кодування. Сервісне обслуговування. Правовий захист товарних знаків. Талісмани в спортивному бізнесі. Гудвіл у спорті.

Тема 8. Реклама і робота з громадськістю у спорті.

Реклама як засіб спілкування. Мета, завдання та організація рекламної діяльності. Планування і види реклами. Носії реклами. Канали поширення реклами. Підтримка продажу. Результативність рекламних заходів. Популярність реклами. Планування рекламної компанії підприємства. Реклама спортивних змагань. Робота з громадськістю (Public Relations). Технології Public Relations в пропаганді ФКіС. Основні напрями роботи Public Relations в олімпійському спорті. Основні напрями роботи Public Relations в професійному спорті. Маркетингові комунікації професійних футбольних клубів. Маркетингова діяльність Міжнародного олімпійського комітету.

Інтернет як сучасний засіб комунікації в сфері спортивного маркетингу. Організація магазину спортивної продукції в мережі Інтернет. Організаційно-правові форми дистанційної торгівлі.

Тема 9. Інноваційні напрями спортивного менеджменту та маркетингу.

Інноваційні технології організації спортивних змагань. Спортивна аналітика. Специфіка професії спортивного аналітика. Компетенції спортивного аналітика. Менеджмент молодіжного спорту. Спортивні агенти. Основні напрями діяльності в умовах отримання ліцензії спортивного агента. Спортивні агенти у світовому футболі. Інновації закордонного футбольного маркетингу. Бренд спортивної організації. Формування і просування спортивного бренду. Алгоритм створення спортивного бренду. Специфіка спортивного брендингу.