

Практичне заняття № 4

Тема: Мета та місії роботи спортивних організацій

Мета заняття:

Розвинути в студентів здатність системно аналізувати цільову орієнтацію діяльності спортивних організацій, інтерпретувати місію як стратегічний орієнтир, співвідносити її з реальними видами діяльності, аудиторією, ресурсами та соціальним контекстом. Поглибити розуміння зв'язку між формулюванням місії та побудовою організаційної культури, комунікаційної політики, менеджменту персоналу та стратегічного розвитку.

Теоретична частина:

1. Поняття мети та місії в управлінні спортивною організацією.
2. Відмінності між місією, баченням і стратегією: структурна і змістова логіка.
3. Класифікація основних цілей спортивних організацій: соціальні, комерційні, просвітницькі, медико-оздоровчі, спортивно-змагальні.
4. Місія як комунікативна рамка: вплив на позиціонування організації, корпоративну ідентичність і PR-стратегію.
5. Інструменти формулювання місії та критерії її ефективності.

Практична частина:

1. Контент-аналіз місій реальних клубів:

Студенти отримують добірку місій відомих українських і міжнародних спортивних організацій (3–5 прикладів). Завдання — провести аналіз за критеріями: чіткість, відповідність реальній діяльності, наявність соціального компоненту, актуальність, репутаційна сила. Оформити аналітичну таблицю з висновками щодо сильних і слабких сторін кожного формулювання.

2. Формулювання місії нового клубу:

Уявити, що студенти є керівниками нового спортивного клубу. Необхідно розробити коротке, але стратегічно обґрунтоване формулювання місії організації з урахуванням:

- типу аудиторії (вік, потреби),
- форм власності та правового статусу,
- цілей (фізичне виховання, професійний спорт, реабілітація тощо),
- джерел фінансування.

Сформулювати також бачення розвитку на 5 років.

3. Випадок із практики (case-study):

Студентам надається опис ситуації, у якій спортивна організація втратила репутаційні позиції через суперечність між задекларованою місією та реальною діяльністю (наприклад, клуб, який заявляє про інклюзивність, але не має доступного середовища). Завдання — провести аналіз помилок та переписати місію з урахуванням автентичності та довіри аудиторії.

Домашнє завдання:

1. Есе (до 1500 слів):

Тема: «Місія спортивної організації як інструмент позиціонування в соціальному середовищі». У роботі слід:

- проаналізувати теоретичну сутність поняття,
- подати приклади успішного застосування місій у практиці,
- запропонувати авторське бачення оптимальної структури місії в сучасних умовах.

2. Порівняльний аналіз:

Скласти порівняльну таблицю з прикладами місій п'яти спортивних організацій (вітчизняних і закордонних). Оцінити місії за критеріями: змістовність, мотиваційність, прозорість, адаптованість до соціального контексту, маркетинговий потенціал.

3. Презентаційний проєкт:

Підготувати коротку презентацію (до 7 слайдів), у якій викласти:

- цільову аудиторію спортивної організації,
- місію,
- бачення,
- цінності,
- комунікаційні повідомлення, які формують публічний імідж клубу.

Питання для самостійної роботи:

- У чому відмінність між місією та стратегічною метою спортивної організації?
- Які помилки найчастіше допускаються під час формулювання місії?
- Чому місія має бути «живим документом», а не декларацією?
- Як місія впливає на комунікацію з клієнтами та партнерами?
- У чому полягає взаємозв'язок між цінностями організації та її місією?