

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ, ЗДОРОВ'Я ТА ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету

фізичного виховання, здоров'я та
туризму

д. біол.н., професор М.В. Маліков



« 29 » 08 2020

МАРКЕТИНГ В СПОРТІ ВИЩИХ ДОСЯГНЕНЬ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалавра

денної (очної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти спеціальності 017
Фізична культура і спорт, освітньо-професійної програми «Спорт».

Укладач: к.юр.н., доцент Булах С.М.

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри фізичної культури і
спорту

Протокол № 2 від 25 вересня 2020 р.
Завідувач кафедри фізичної культури і
спорту

_____ А.В. Сватсьєв
(підпис) (ініціали, прізвище)

Погоджено
з навчально-методичним відділом

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

Ухвалено науково-методичною радою
факультету фізичного виховання, здоров'я
та туризму

Протокол № 1 від 29 серпня 2020 р.
Голова науково-методичної ради
факультету фізичного виховання, здоров'я
та туризму

_____ В.В. Дорошенко
(підпис) (ініціали, прізвище)

Погоджено з навчальною лабораторією
інформаційного забезпечення освітнього
процесу

_____ М.І. Якушева
(підпис) (ініціали, прізвище)

2020 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Галузь знань, спеціальність, освітня програма рівень вищої освіти	Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі	Характеристика навчальної дисципліни	
		очна (денна) форма здобуття освіти	заочна (дистанційна) форма здобуття освіти
Галузь знань 01 Освіта/Педагогіка	Кількість кредитів – 3	Вибіркова	
		Цикл вільного вибору студента в межах спеціальності	
Спеціальність 017 Фізична культура і спорт	Загальна кількість годин – 90	Семестр:	
		6-й	6-й
Освітньо-професійна програма «Спорт»	Змістових модулів –2	Лекції	
		18 год.	6 год.
Рівень вищої освіти: магістерський	Кількість поточних контрольних заходів – 4	Практичні	
		18 год.	4 год.
		Самостійна робота	
		54 год.	80 год.
		Вид підсумкового семестрового контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг у спорті вищих досягнень» є сформувати у майбутніх фахівців базові знання щодо загальних положень маркетингового забезпечення роботи спортивних організацій та установ.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Маркетинг у спорті вищих досягнень» є:

- ознайомити студента з основними поняттями в галузі маркетингу спорту, фізкультурно-оздоровчих послуг, рекламної та спонсорської діяльності;
- навчити студента самостійно визначати форми та засоби маркетингової стратегії та тактики спортивної організації, методи її побудови;
- основи формування цінової і комунікаційної політики спортивної організації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи, що забезпечують досягнення результатів навчання та компетентностей
<i>Загальні компетентності</i>	Пояснювально-ілюстративний метод або інформаційно-

<p>ЗК 01. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями. Знати основні поняття, стратегію і філософію маркетингу.</p> <p>ЗК 08. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Знати, як проводити маркетингові дослідження та застосовувати маркетингові інформаційні системи. Вміти збирати та обробляти інформацію, розповсюджувати інформацію.</p> <p>ЗК 09. Навички міжособистісної взаємодії. Знати про особливості маркетингу взаємовідносин у спорті.</p> <p>ЗК 12. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Знати про організація ефективності роботи клубу на ринку спортивно-оздоровчих послуг. Вміти організовувати рекламну діяльність клубу або групи (секції).</p>	<p>рецептивний: лекційні заняття, усне опитування</p> <p>Репродуктивний метод (репродукція - відтворення): тестування у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle</p> <p>Активні методи: - уміння вирішувати проблеми колективно; розвивається мова студентів.</p>
<p><i>Спеціальні (фахові компетенції)</i></p> <p>СК 10. Здатність здійснювати навчання, виховання та соціалізацію людини у сфері фізичної культури і спорту, застосовуючи різні педагогічні методи та прийоми. Знати про загальні положення спонсорської діяльності та про проведення рекламної компанії в галузі спорту. Вміти визначати методи оцінки ефективності спонсорської діяльності.</p> <p>СК 13. Здатність застосовувати сучасні технології управління суб'єктами сфери фізичної культури і спорту. Знати технологію проектування послуг фізичної культури і спорту в рамках маркетингу. Володіти технологією комунікативної діяльності на ринку послуг фізичної культури і спорту.</p> <p>СК 14. Здатність до безперервного професійного розвитку. Знати теорію маркетингу в спорті її сутність і елементи. Вміти аналізувати можливість адекватного спонсорування тієї чи іншої спортивної організації, змагань, або окремого спортсмена.</p> <p>СК 23. Здатність до управління фізкультурно-спортивними організаціями України, вдосконалення господарського механізму діяльності фізкультурних і спортивних організацій, найбільш раціональне використання всіх ресурсів галузі - фінансових, матеріальних, трудових. Володіти принципами маркетингу та управління маркетинговою діяльністю на ринку послуг фізичної культури і спорту. Здатність до проектування і організація маркетингової діяльності, що пов'язане з виробництвом послуг галузі «фізична культура і спорт».</p>	<p>Пояснювально-ілюстративний метод або інформаційно-рецептивний: лекційні заняття, усне опитування</p> <p>Репродуктивний метод (репродукція - відтворення): тестування у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle</p> <p>Метод моделювання, ігровий метод.</p> <p>Практичні методи: розв'язування ситуаційних задач, написання письмової контрольної роботи</p>

Міждисциплінарні зв'язки.

Курс «Маркетинг у спорті вищих досягнень» є самостійною дисципліною і має безпосередній зв'язок з такими навчальними дисциплінами, як: «Фізкультурно-спортивні споруди та

обладнання», «Організація масової фізичної культури і спорту», «Анімація у фізичній культурі», «Масові спортивні заходи», «Теорія та методика масового спорту», «Олімпійський та спортивний рух», «Організація спортивних клубів», «Основи менеджменту в спорті», «Маркетинг в спорті вищих досягнень».

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Маркетинг та його складові у спорті вищих досягнень.

Тема 1: Методологічні основи маркетингу в сфері фізичної культури та спорту

Маркетинг як наука. Маркетингові дослідження – основа планування виробничої програми. Поняття про ринок. Вивчення попиту потреб. Мета та функції ринку. Ринкові відносини в сфері фізичної культури та спорту. Соціальна сутність і визначення маркетингу. Міжнародний маркетинг. Керування маркетингом. Маркетинг у спорті.

Тема 2: Основи підприємництва в спорті

Підприємництво і його організаційно-правові форми. Індивідуальні підприємці. Акціонерні товариства. Некомерційні фізкультурно-спортивні організації. Малий спортивний бізнес і деякі форми підприємницької діяльності. Доходи фізкультурно-спортивних організацій від підприємницької діяльності. Підприємницький підхід і його реалізація. Інтрренерство та ділова стратегія спортивних організацій

Тема 3: Спортивне ліцензування

Ліцензування. Створення ліцензійної програми. Пошук і підбір можливих ліцензіатів.

Тема 4: Види маркетингу

Маркетинг, орієнтований на продукт. Маркетинг, орієнтований на споживача. Методи вивчення ринків збуту. Маркетингова діяльність Міжнародного олімпійського комітету. Маркетинг- Мікс. Спортивна Інтернет – економіка.

Розділ 2. Бізнес-планування та дистрибуція у спорті і спортивній індустрії.

Тема 5. Фізкультурно-оздоровчі послуги

Соціально-культурні послуги, як основний продукт галузі "фізична культура та спорт". Особливості маркетингу фізкультурно-оздоровчих послуг. Пропозиція та попит на ринку послуг галузі "фізична культура та спорт". Закон попиту. Закон пропозиції.

Тема 6: Реклама та робота з громадськістю у спорті

Реклама як засіб спілкування. Планування та види реклами. Носії реклами. Підтримка продажу. Робота із громадськістю (Public Relations).

Тема 7: Товарні знаки у спортивному бізнесі

Загальні відомості про фірмовий стиль і товарні знаки. Функції товарних знаків . Правовий захист товарних знаків . Талісмани у спортивному бізнесі Гудвіл у спорті .

Тема 8: Бізнес-планування в спортивній індустрії

Підприємницький задум і його реалізація. Бізнес-план і його функції . Зміст і порядок розробки бізнес-плану . Вступ. Основна частина . Додаток .

4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години					Самостійна робота, год		Система накопичення балів		
		Усього годин	Лекційні заняття, год		Практичні заняття, год				Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів
			о/д ф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.			
1	30	20	10	2	10	2	12	26	10	20	30
2	30	16	8	4	8	2	12	24	10	20	30
Усього за змістові модулі	60	36	18	6	18	4	24	50	20	40	60
Підсумковий семестровий контроль іспит	30						30	30			40
Загалом	90	36	18	6	18	4	54	80			100

5. Теми лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	Тема 1. Методологічні основи маркетингу в сфері фізичної культури та спорту	2	1
	Тема 2. Основи підприємництва в спорті	2	-
	Тема 3. Спортивне ліцензування		1
	Тема 4. Види маркетингу	2	
2	Тема 5. Фізкультурно-оздоровчі послуги	2	1
	Тема 6. Реклама та робота з громадськістю у спорті	2	1
	Тема 7. Товарні знаки у спортивному бізнесі	2	1
	Тема 8. Бізнес-планування в спортивній індустрії	2	-
Разом		18	6

6. Теми практичних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	Тема 1. Методологічні основи маркетингу в сфері фізичної культури та спорту	2	-
	Тема 2. Основи підприємництва в спорті	2	-
	Тема 3. Спортивне ліцензування	2	-
	Тема 4. Види маркетингу маркетинг як прогресивна технологія просування	2	1
2	Тема 5. Фізкультурно-оздоровчі послуги	2	-

	Тема 6. Реклама та робота з громадськістю у спорті	2	1
	Тема 7. Товарні знаки у спортивному бізнесі	2	1
	Тема 8. Бізнес-планування в спортивній індустрії	2	-
Разом		18	4

7. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Види поточних контрольних заходів	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
1	Теоретичні завдання - тестування у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ MOODLE	URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/quiz/view.php?id=79856	Оцінюються максимально у 10 балів: - "відмінно" за національною шкалою (10 питань) – студент отримує - 10 балів. - "добре" за національною шкалою (7 питань) – 8 балів. - "задовільно" за національною шкалою (5 питань) – 6 балів. - "не задовільно" за національною шкалою (4 питання) – 4 бали.	10
	Практичне завдання у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ MOODLE	1. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=168584 2. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=168212 3. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=17286 4. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=174674 5. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=168218	Оцінюються максимально у 5 балів. - "відмінно" за національною шкалою - суттєве стисле і водночас повне розкриття питання, охайне виконання роботи – 5 балів. - "добре" за національною шкалою - неповне розкриття питання (на 2/3), охайне виконання роботи – 4 бали. - "задовільно" за національною шкалою - часткове розкриття питання (на 1/3), неохайне виконання роботи – 3 бали.	20
Усього за ЗМ 1 2				30
2	Теоретичні завдання - тестування у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ MOODLE	URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/quiz/view.php?id=236294 https://moodle.znu.edu.ua/mod/quiz/view.php?id=81174	Оцінюються максимально у 10 балів: - "відмінно" за національною шкалою (10 питань) – студент отримує - 10 балів. - "добре" за національною шкалою (7 питань) – 8 балів. - "задовільно" за національною шкалою (5 питань) – 6 балів. - "не задовільно" за національною шкалою (4 питання) – 4 бали.	10
	Практичне завдання у системі електронного	6. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=17036 7. URL:	Оцінюються максимально у 5 балів. - "відмінно" за національною шкалою - суттєве стисле і водночас повне розкриття питання, охайне виконання	20

	забезпечення навчання ЗНУ MOODLE	https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=174068 8. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=174688 9. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=174075 10. URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=174695 https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=24961	роботи –5 балів. - "добре" за національною шкалою - неповне розкриття питання (на 2/3), охайне виконання роботи – 4 бали. - "задовільно" за національною шкалою - часткове розкриття питання (на 1/3), неохайне виконання роботи – 3 бали.	
Усього за змістові модулі 2				60

8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
Іспит	Теоретичні завдання - тестування у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ MOODLE	Питання до іспиту URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/248283/mod_resource/content/2/III_c.pdf Тести для підсумкового контролю знань URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/quiz/view.php?id=312053 Комплексні контрольні роботи URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/163131/mod_resource/content/2/KP.pdf	Підсумковий семестровий контроль оцінюються максимально у 20 балів: - "відмінно" за національною шкалою (20 питань) – студент отримує - 20 балів. - "добре" за національною шкалою (15 питань) – 15 балів. - "задовільно" за національною шкалою (10 питань) – 10 балів. - "не задовільно" за національною шкалою (5 питань) – 5 бали.	20
	Практичне завдання – виконання індивідуального завдання у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ MOODLE	URL: https://moodle.znu.edu.ua/mod/assign/view.php?id=174670	Практичні завдання підсумкового семестрового контролю оцінюються максимально у 20 балів. - "відмінно" за національною шкалою - суттєве стисле і водночас повне розкриття питання, охайне виконання роботи –20 балів. - "добре" за національною шкалою - неповне розкриття питання (на 2/3), охайне виконання роботи – 4 бали. - "задовільно" за національною шкалою - часткове розкриття питання (на 1/3), неохайне виконання роботи – 3 бали.	20
Усього за підсумковий				40

семестровий контроль		
----------------------	--	--

9. Рекомендована література

Основна:

1. Гальченко Л.В. Маркетинг у спорті: навч.-метод. посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.
2. Кожушко Л.Ф., Кузнецова Т.О., Судак О.Ю. Основи менеджменту і маркетингу. Рівне: НУВГП, 2016. 291 с.
3. Прокопова Л. І., Чхайло М. Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2012. 298с.

Додаткова:

1. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент: підручник. Київ: ЦУЛ, 2013. 391 с.
2. Гальченко Л.В., Дядечко І.Є., Горох О.О. Роль і значення вболівальників у структурі спортивної індустрії. *Вісник Запорізького національного університету*. 2019. №1. С. 84-91
3. Жданова О., Чеховська Л. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
4. Калетнік Г.М. Ціхановська В.М., Ціхановська О.М. Менеджмент і маркетинг: навч. посіб. Київ: Хай-Тек Прес, 2011. 579 с.
5. Криштанович С. Спортивний менеджмент : навч. посіб. Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. 208 с. рис., табл.
6. Мічуда Ю.П. Ринкові відносини та підприємництво у сфері фізичної культури та спорту: навч. посібник К.: Олімпійська література, 2005. 152 с.
7. Потапова Л.В., Воронкова Т.В. Маркетинг у спорті вищих досягнень: курс лекцій для студентів факультету фізичного виховання. Запоріжжя: ЗНУ, 2010. 120 с.

Інформаційні ресурси

1. Бич Д. Чедвик С. Маркетинг спорту. URL: <https://books.google.com.ua/books?isbn=596142104X>
2. Карнаух А.С. Особливості застосування маркетингових інструментів в спортивних комунікаціях. *Наукові записки*. 2018. № 2 (57). С. 149-158. URL: [\[PDF\] irbis-nbu.gov.ua](#)
3. Козин Л.В. Використання інструментів спортивного маркетингу в контексті формування лояльності спортивних вболівальників. *Молодий вчений*» 2017. № 6 (46). С. 442-448. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/29097/1/101.pdf>
4. Криштанович С. Менеджмент і маркетинг у фізичній культурі і спорті: навч. посіб. Львів: ЛДУФК, 2018. 176 с. URL: <http://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/22418>
5. Муштай В. А., Бересток Б. П. Формування та оцінка ефективної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 2(19). С. 183-189. URL : <http://repo.snau.edu.ua:8080/xmlui/handle/123456789/6939>
6. Прокопова, Л.І., Гученко А.Б. Спортивна реклама як один із найпоширеніших засобів маркетингової комунікації. *Сучасні проблеми фізичного виховання і спорту школярів та студентів* 2013. Т. 2. С. 153–157. URL: <http://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/4384>
7. Сергейцев І., Шатілов О., Уварова Л. Теоретичні аспекти використання маркетингу у просуванні ідеї здорового способу життя та популяризації видів спорту. *Проблеми формування здорового способу життя молоді*. Львів. 2011. С. 102-105. URL: <https://students.lnu.edu.ua/sport/wp-content/uploads/2015/04/zbirnyk2011.pdf#page=102>

8. Серета Н.В. Характеристика маркетингової діяльності в системі дитячо-юнацьких спортивних шкіл. *Молода спортивна наука України*. Львів: ЛДУФК, 2010. Т.4. С. 139–144. URL: http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/1617/1/Серета_107.pdf
9. Танклевська Н. С., Вибранський В. В. Основи маркетингу в спортивній сфері. *Економіка та управління національним господарством*. 2019 Випуск 6 (140). С.20-25. URL : <http://hdl.handle.net/123456789/3868>

