

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Кафедра економіки та менеджменту

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Менеджмент і маркетинг у ФКіС**

галузь знань 01 Освіта/Педагогіка  
(шифр і назва)

спеціальність 017 Фізична культура і спорт

рівень освіти: \_\_\_\_\_ Магістр

Робоча програма з дисципліни «Менеджмент та маркетинг у ФКіС» для студентів за спеціальністю 017 Фізична культура і спорт

10-й с. (денна форма навчання)

Розробник: доцент, к. держ. упр. Криштанович С. В.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки та менеджменту

Протокол від “28” серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри економіки та менеджменту

(підпис)

( Павленчик Н. Ф. )

(прізвище та ініціали)

© \_\_\_\_\_, 20\_\_ рік

© \_\_\_\_\_, 20\_\_ рік

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Найменування показників  | Спеціальність, рівень вищої освіти   | Характеристика навчальної дисципліни |                       |
|--|--|--------------------------------------|-----------------------|
|  |  | денна форма навчання                 | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 3,0   |  | Цикл професійної підготовки          |                       |
| Модулів – 1  | Спеціальність (професійне спрямування):<br><u>017 Фізична культура і спорт</u> | <b>Рік підготовки:</b>               |                       |
| Змістових модулів – 2  |  | 5-й                                  | 6-й                   |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ -  |  | <b>Семестр</b>                       |                       |
| Загальна кількість годин – 90  |  | 10-й                                 | -                     |
|  |  | <b>Лекції</b>                        |                       |
|  |  | 14 год.                              | -                     |
|  |  | <b>Семінарські</b>                   |                       |
|  |  | 16 год.                              | -                     |
|  |  | <b>Практичні</b>                     |                       |
|  |  | -                                    | -                     |
|  |  | <b>Лабораторні</b>                   |                       |
|  |  | -                                    | -                     |
|  |  | <b>Самостійна робота</b>             |                       |
|  |  | 60 год.                              | -                     |
|  |  | <b>Індивідуальні завдання</b>        |                       |
|  |  | -                                    | -                     |
|  |  | <b>Вид контролю: залік</b>           |                       |
| Тижневих годин для денної форми навчання:<br>- аудиторних – 2<br>- самостійної роботи студента – 3 | Рівень вищої освіти:<br><i>магістр</i>   |                                      |                       |

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Метою** дисципліни є надання майбутнім спеціалістам з фізичного виховання і спорту знань та вмінь з менеджменту та маркетингу для застосування їх в спортивних та інших виробничо-господарських організаціях, вивчення теоретичних та нормативно-методичних положень менеджменту і маркетингової діяльності в Україні.

**Завдання** дисципліни полягає у засвоєнні студентами методології менеджменту та маркетингової діяльності та її прикладного аспекту – спортивного менеджменту і маркетингу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- сутність менеджменту та основні функції менеджменту;
- принципи ефективного управління організацією;
- основні положення фінансового, персонального, інноваційного менеджменту;
- організаційні форми підприємств.
- особливості управління в ринкових умовах;
- якості менеджера;
- сутність і концепції маркетингу;
- маркетингову і цінову політику підприємств та організацій;
- особливості спортивного менеджменту.

**вміти:**

- оперувати основними поняттями у сферах прогнозування, планування, управління та організації управлінської роботи в сучасних умовах;
- визначити завдання, принципи, форми та методи роботи менеджерів у сфері фізичної культури і спорту;
- застосовувати на практиці теоретичні та нормативно-методологічні аспекти менеджменту та маркетингової діяльності в спортивних організаціях України;
- застосовувати організаційні структури для спортивних організацій;
- обґрунтовувати ефективність прийняття управлінських рішень;
- користуватися навчальною, методичною, науковою літературою в рамках підготовки контрольних завдань;
- використовувати законодавчі акти, нормативні документи в рамках проектування модельного підприємства у сфері фізичної культури і спорту.

### **3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

#### **Менеджмент і маркетинг у ФКіС**

#### **Змістовий модуль 1. Менеджмент у ФКіС**

##### **Тема 1. Поняття і сутність менеджменту**

Сутність та зміст менеджменту. Сутність управління як науки. Розвиток управління як науки. Етапи управління. Класифікація управління. Суб'єкти та об'єкти управління. Види наукових підходів до управління. Основні завдання менеджменту. Основні принципи менеджменту. Методи дослідження у менеджменті. Наукові школи у менеджменті. Сутність менеджменту в спорті.

##### **Тема 2. Організація як об'єкт управління**

Поняття та структура організації як об'єкту управління. Ознаки організації. Елементи системи управління організації. Рівні управління та носії управлінської структури організації. Складові успіху, завдання та класифікація цілей організації. Середовище існування організації (внутрішнє та зовнішнє). Фактори внутрішнього середовища організації. Індивідуальна поведінка людини (мотив та мотивування). Функціональні сфери зовнішнього середовища організації. Зовнішнє середовище прямого та непрямого впливу. Характеристика зовнішнього середовища. Культура організації. Організаційна культура. Основні функції культури. Характеристика основних типів організаційних культур. Принципи формування «іміджу підприємства». Організаційні структури в спорті.

##### **Тема 3. Методологія менеджменту**

Сутність, значення та класифікація методів менеджменту. Економічні методи управління. Організаційно-розпорядчі методи управління. Соціальні методи менеджменту. План соціального розвитку. Моральні стимули особистої ініціативи. Поняття та класифікація функцій процесу управління (планування, організації, мотивації, контролю, координації). Взаємодія функцій менеджменту. Функція планування. Класифікація планів організації. Етапи планування. Стратегія та тактика організації. Стратегічне планування. Організаційна функція менеджменту. Правила організації управління. Структура управління організації. Фактори впливу на структуру управління. Етапи організаційного проектування. Мотиваційна функція менеджменту. Чинники, що впливають на потреби людини. Контрольна функція менеджменту. Етапи процесу контролю. Координаційна функція менеджменту. Планування діяльності спортивних організацій. Мотивація і контроль в спортивній діяльності.

##### **Тема 4. Керівництво, влада, лідерство**

Сутність та особливості керівництва. Вимоги до керівників. Елементи ефективного керівництва. Типи керівництва. Чинники менеджерської діяльності. Риси сучасного менеджера. Влада. Сутність та необхідність. Види повноважень. Форми влади. Лідерство. Теорії лідерства. Стилi керівництва.

## **Тема 5. Організація праці в менеджменті**

Сутність та зміст організації праці. Принципи продуктивності управління (по Г. Емерсону). Етапи процесу організації праці в менеджменті. Ефективність раціоналізації праці. Річний економічний ефект і термін окупності витрат. Поділ праці в менеджменті (структурний, технологічний, функціональний та кваліфікаційний). Види кооперації праці в менеджменті. Робоче місце працівника менеджменту організації. Вимоги до робочого місця працівника.

## **Змістовий модуль 2. Маркетинг у ФКіС**

### **Тема 6. Поняття та сутність маркетингу**

Поняття маркетингу. Історичні передумови виникнення маркетингу. Методологічні підходи визначення терміну «маркетинг». Етапи розвитку маркетингу. Поняття, які становлять теоретичну основу маркетингу. Цілі, принципи та завдання маркетингу підприємства. Види маркетингу та їх характеристика. Концепції діяльності підприємства на ринку. Аналіз маркетингових можливостей фірми. Формування маркетингової інформаційної системи. Класифікація маркетингової інформації. Джерела маркетингової інформації. Обґрунтування концепції маркетингу для спортивно орієнтованих організацій. Спортивний ринок та його суб'єкти.

### **Тема 7. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень**

Класифікація маркетингової інформації. Поняття маркетингової інформаційної системи. Складові маркетингової інформаційної системи. Суть маркетингових досліджень та практика організації проведення на ринку. Завдання та напрями маркетингових досліджень. Характеристика видів маркетингових досліджень. Методи маркетингових досліджень. Види опитування. Характеристика методів опитування. Анкети в маркетингових дослідженнях. Етапи розробки анкети. Правила побудови опитувального листа. Методичні засади комплексного маркетингового дослідження ринку та етапи проведення. Розробка робочого плану маркетингових досліджень. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень. Принципи проведення маркетингових досліджень.

### **Тема 8. Вивчення потреб і поведінки споживачів.**

Фактори, що впливають на поведінку покупців. Процес прийняття рішення щодо купівлі товарів. Сутність ринкового сегментування. Етапи процесу сегментування ринку. Підходи до сегментування ринку. Етапи позиціонування товару.

### **Тема 9. Маркетингова товарна та цінова політики підприємства**

Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики підприємства. Структура маркетингової товарної політики. Концепція життєвого циклу товару. Етапи життєвого циклу товару. Етапи розробки нового продукту. Асортимент та номенклатура товарів. Якість та конкурентоспроможність товару. Маркетингова політика спортивних організацій. Роль і значення ціни. Теорія еластичності попиту і ціни. Класифікація цін. Фактори ціноутворення. Сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики

підприємства. Фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства. Етапи процесу та методи ціноутворення. Тендерне ціноутворення. Цінові стратегії. Економічне обґрунтування ціни. Види та умови застосування цінових стратегій. Види знижок, націнок, надбавок. Державне регулювання цін. Цінова політика спортивних організацій.

#### **Тема 10. Політика розповсюдження в системі маркетингу**

Сутність, значення та завдання політики розповсюдження як складової системи маркетингу. Взаємодія та функції підсистем в рамках системи розповсюдження. Маркетингова політика розповсюдження. Складові системи товароруху. Функції та характеристики каналів розповсюдження. Характеристика каналів розповсюдження товару. Типи каналів розповсюдження продукції. Конфігурація каналів розповсюдження. Форми маркетингових каналів. Класифікація типів посередників. Маркетингові системи розповсюдження. Формування маркетингового каналу розповсюдження. Характеристика методів оцінки та вибору каналів розповсюдження. Етапи вибору та управління каналами розповсюдження. Взаємозв'язок маркетингової політики розповсюдження та логістики. Формування міжнародних каналів розповсюдження. Учасники міжнародних каналів розповсюдження. Критерії вибору міжнародних каналів збуту продукції. Різновиди форм організації розповсюдження товару на міжнародному ринку.

#### **Тема 11. Організація маркетингової діяльності на підприємстві**

Політика розповсюдження як складова системи маркетингу. Сутність, значення та завдання політики розповсюдження. Складові системи товароруху. Функції та характеристики каналів розповсюдження. Маркетингова політика комунікацій. Процес маркетингових комунікацій. Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій. Переваги та недоліки засобів впливу маркетингової комунікації. Реклама в системі маркетингових комунікацій. Класифікація реклами та виконувані функції. Організація маркетингової діяльності підприємства. Принципи організації управлінських структур. Етапи організації маркетингу на підприємстві. Вимоги до працівників відділу маркетингу. Контроль маркетингової діяльності підприємства. Аналіз результатів маркетингової діяльності фірми. Основні напрями маркетингового аудиту.

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Назви змістових модулів і тем  | Кількість годин* |              |   |           |     |           |
|--|------------------|--------------|---|-----------|-----|-----------|
|  | денна форма      |              |   |           |     |           |
|  | усього           | у тому числі |   |           |     |           |
|  |                  | л            | п | с         | інд | с.р.      |
| 1  | 2                | 3            | 4 | 5         | 6   | 7         |
| <b>Менеджмент і маркетинг у ФКіС</b>   |                  |              |   |           |     |           |
| <b>Змістовий модуль 1. Менеджмент у ФКіС</b>   |                  |              |   |           |     |           |
| Тема 1. Поняття і сутність менеджменту   | 8                | 2            | - | 2         | -   | 4         |
| Тема 2. Організація як об'єкт управління   | 8                | 2            | - | 2         | -   | 4         |
| Тема 3. Методологія менеджменту  | 8                | 2            | - | 2         | -   | 4         |
| Тема 4. Керівництво, влада, лідерство  | 9                | 2            | - | 2         | -   | 5         |
| Тема 5. Організація праці в менеджменті  | 8                | -            | - | -         | -   | 8         |
| Разом за змістовим модулем 1   | <b>41</b>        | <b>8</b>     | - | <b>8</b>  | -   | <b>25</b> |
| <b>Змістовий модуль 2. Маркетинг у ФКіС</b>  |                  |              |   |           |     |           |
| Тема 6. Поняття та сутність маркетингу   | 9                | 2            | - | 2         | -   | 5         |
| Тема 7. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень | 6                | -            | - | -         | -   | 6         |
| Тема 8. Вивчення потреб і поведінки споживачів.  | 10               | 2            | - | 2         | -   | 6         |
| Тема 9. Маркетингова товарна та цінова політики підприємства   | 10               | 2            | - | 2         | -   | 6         |
| Тема 10. Політика розповсюдження в системі маркетингу  | 6                | -            | - | -         | -   | 6         |
| Тема 11. Організація маркетингової діяльності на підприємстві  | 8                | -            | - | 2         | -   | 6         |
| Разом за змістовим модулем 2   | <b>49</b>        | <b>6</b>     | - | <b>8</b>  | -   | <b>35</b> |
| <b>Усього годин</b>  | <b>90</b>        | <b>14</b>    | - | <b>16</b> | -   | <b>60</b> |



**5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ  
(МОДУЛЬ . Менеджмент і маркетинг у ФКіС)**

| № з/п        | Назва теми   | Кількість годин |
|--------------|--|-----------------|
| 1            | Сутність менеджменту в спорті  | 2               |
| 2            | Організаційні структури в спорті   | 2               |
| 3            | Планування діяльності спортивних організацій                                   | 2               |
| 4            | Мотивація і контроль в спортивній діяльності                                   | 2               |
| 5            | Обґрунтування концепції маркетингу для спортивно орієнтованих організацій      | 2               |
| 6            | Спортивний ринок та його суб'єкти  | 2               |
| 7            | Маркетингова товарна і цінова політика в спортивних організаціях               | 2               |
| 8            | Організація маркетингової діяльності на спортивно – орієнтованому підприємстві | 2               |
| <b>Разом</b> |  | <b>16</b>       |

**6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ  
(не передбачено)**

**7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ  
(не передбачено)**

**8. САМОСТІЙНА РОБОТА \***

| № з/п   | Назва теми  | Кількість годин |
|---|---|-----------------|
| <b>МОДУЛЬ . Менеджмент і маркетинг у ФКіС</b> |   |                 |
| 1   | <b>Тема 1. Поняття і сутність менеджменту.</b> Аналіз наукової літератури. Реферат на тему: «Сутність менеджменту в спорті». Конспект самопідготовки.   | 4               |
| 2   | <b>Тема 2. Організація як об'єкт управління.</b> Аналіз наукової літератури. Реферат на тему: «Організаційна культура спортивної організації». Конспект самопідготовки.   | 4               |
| 3   | <b>Тема 3. Методи і функції менеджменту.</b> Аналіз наукової літератури. Реферати на тему: «Стратегічне планування в спортивній організації», «Структура управління спортивної організації», «Організаційна структура спортивної організації», «Мотивація і контроль в спортивній діяльності». Конспект самопідготовки. | 4               |
| 4   | <b>Тема 4. Керівництво, влада, лідерство.</b> Аналіз наукової літератури. Реферати на тему: «Управлінські компетентності фахівця ФКіС», «Лідер-керівник організації спортивного спрямування». Конспект самопідготовки.  | 5               |
| 5   | <b>Тема 5. Організація праці в менеджменті.</b> Аналіз наукової літератури. Реферат на тему: «Ефективність раціоналізації праці в спортивній організації». Конспект самопідготовки.   | 8               |
| 6   | <b>Тема 6. Поняття та сутність маркетингу.</b> Аналіз наукової літератури. Реферат на тему: «Обґрунтування концепції маркетингу для спортивно орієнтованих організацій». Конспект самопідготовки.   | 5               |
| 7   | <b>Тема 7. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень.</b> Аналіз наукової літератури. Реферат на тему: «Маркетингові дослідження спортивних  | 6               |

|    |   |    |
|----|---|----|
|    | організацій». Конспект самопідготовки.  |    |
| 8  | <b>Тема 8. Вивчення потреб і поведінки споживачів. Маркетингова товарна політика підприємства.</b> Аналіз наукової літератури. Реферат на тему: «Сегментування спортивного ринку». Конспект самопідготовки.                 | 6  |
| 9  | <b>Тема 9. Маркетингова цінова політика підприємства.</b> Аналіз наукової літератури. Реферати на тему: «Цінова політика спортивних організацій», «Державне регулювання цін на спортивні послуги». Конспект самопідготовки. | 6  |
| 10 | <b>Тема 10. Політика розповсюдження в системі маркетингу.</b> Аналіз наукової літератури. Реферат на тему: «Організація розповсюдження спортивного товару на міжнародному ринку». Конспект самопідготовки.                  | 6  |
| 12 | <b>Тема 11. Організація маркетингової діяльності на підприємстві.</b> Аналіз наукової літератури. Реферат на тему: «Формування комплексу маркетингових комунікацій в спортивних організаціях». Конспект самопідготовки.     | 6  |
| 13 | <b>Разом</b>  | 60 |

\* - самостійна робота передбачає опрацювання лекційного матеріалу і підготовку до семінарських та практичних занять

### 9. Індивідуальні завдання (для студентів, які навчаються за графіком сприяння)

- Матеріали самопідготовки;
- Самостійні роботи (реферати) на тему:
  1. Принципи менеджменту
  2. Методи дослідження в менеджменті
  3. Поняття та структура організації
  4. Методи менеджменту
  5. Функції менеджменту
  6. Сутність та особливості керівництва
  7. Організація праці в менеджменті
  8. Ефективність економічної праці
  9. Поняття, цілі та принципи маркетингу
  10. Концепції діяльності підприємств на ринку
  11. Поняття маркетингової інформаційної системи
  12. Маркетингові дослідження
  13. Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики підприємства
  14. Концепція життєвого циклу товару. Характеристика його етапів
  15. Асортимент та номенклатура товарів
  16. Поняття якості та конкурентоспроможності товару
  17. Роль і значення ціни. Класифікація цін.
  18. Сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики підприємства
  19. Етапи процесу та методи ціноутворення
  20. Цінові стратегії
  21. Сутність, значення та завдання політики розповсюдження
  22. Маркетингові системи розповсюдження
  23. Формування міжнародних каналів розповсюдження
  24. Сутність маркетингової політики комунікації
  25. Реклама в системі маркетингових комунікацій

26. Стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг
27. Організація маркетингової діяльності підприємства
28. Контроль маркетингової діяльності підприємства

## **10. Методи навчання**

Під час вивчення навчальної дисципліни використовуються такі методи:

- лекції із застосуванням технічних засобів (мультимедійний проектор);
- лекція-тренінг;

- семінарські та практичні заняття, які головним чином спрямовані на дискусію навколо попередньо визначених тем та розв'язання ситуаційних задач з управління розвитком та проектами в фізкультурно-спортивній діяльності.

Лекційна форма навчання поєднується з різними видами семінарських занять, на яких закріплюються і поглиблюються одержані на лекціях знання, що сприяє виробленню вмінь та навичок практичної діяльності. Необхідним елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни є самостійна робота студентів з науковою літературою та нормативними актами з питань управління розвитком та проектами в ФКіС.

## **11. Методи контролю**

Оцінювання якості знань студентів, в умовах організації навчального процесу за кредитно-модульною системою здійснюється шляхом поточного, модульного і підсумкового (семестрового) контролю за 100-бальною шкалою оцінювання, за шкалою ECTS та національною шкалою оцінювання.

Поточний контроль – це оцінювання навчальних досягнень студента (рівень теоретичних знань та практичні навички з тем) під час проведення аудиторних занять (семінарських, практичних), організації самостійної роботи та активності студента на занятті.

Поточний контроль реалізується у формі опитування, тестування, експрес-контролю, контролю засвоєння навчального матеріалу, запланованого на самостійне опрацювання студентом тощо. При цьому студент набирає бали за роботу на практичних заняттях, виконання самостійної та індивідуальної роботи. Студенти, які брали участь у науковій діяльності, отримують додаткові бали.

Модульний контроль здійснюється два рази за час вивчення дисципліни і дозволяє оцінити рівень засвоєння студентами матеріалів 1 і 2 модулів.

Підсумковий контроль проводиться у формі заліку.

## **Залікові вимоги**

1. Поняття і сутність менеджменту.
2. Етапи управління.
3. Класифікація управління.
4. Види наукових підходів до управління.
5. Поняття та сутність організації.
6. Система управління та її елементи.
7. Рівні управління та носії управлінської структури організації.

8. Складові успіху, завдання та класифікація цілей організації.
9. Внутрішнє та зовнішнє середовище організацій, їх характеристика.
10. Культура організації.
11. Характеристика основних типів організаційних культур.
12. Сутність, значення та класифікація методів менеджменту.
13. Поняття методів менеджменту.
14. Економічні методи управління.
15. Адміністративні методи управління.
16. Соціально-психологічні методи управління.
17. Принципи менеджменту.
18. Поняття та класифікація функцій процесу управління
19. Функція планування менеджменту. Види планування.
20. Етапи планування.
21. Організаційна функція менеджменту. Правила організації управління.
22. Види організаційних структур.
23. Мотиваційна функція управління.
24. Контрольна функція менеджменту. Етапи процесу контролю.
25. Сутність та особливості керівництва. Вимоги до керівників.
26. Риси сучасного менеджера.
27. Влада. Види повноважень. Форми влади.
28. Лідерство. Теорії лідерства. Стилi керівництва.
29. Сутність та зміст організації праці.
30. Етапи процесу організації праці в менеджменті.
31. Економічна ефективність управління.
32. Поняття маркетингу. Етапи розвитку маркетингу.
33. Цілі, принципи та завдання маркетингу підприємства.
34. Види маркетингу та їх характеристика.
35. Класифікація маркетингової інформації.
36. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень.
37. Фактори, що впливають на поведінку покупців.
38. Сутність ринкового сегментування.
39. Етапи процесу сегментування ринку.
40. Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики підприємства.
41. Етапи життєвого циклу товару.
42. Етапи розробки нового продукту.
43. Маркетингова політика спортивних організацій.
44. Асортимент та номенклатура товарів.
45. Роль і значення ціни. Класифікація цін.
46. Сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики підприємства. Етапи процесу та методи ціноутворення.
47. Сутність, значення та завдання політики розповсюдження.
48. Функції та характеристики каналів розповсюдження. Характеристика каналів розповсюдження товару.
49. Складові системи товароруху.
50. Маркетингова політика комунікацій. Процес маркетингових комунікацій.
51. Переваги та недоліки засобів впливу маркетингової комунікації.

52. Реклама в системі маркетингових комунікацій.
53. Класифікація реклами та виконувані функції.
54. Етапи організації маркетингу на підприємстві.
55. Контроль маркетингової діяльності підприємства.
56. Основні напрями маркетингового аудиту.

## 12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

### РОЗПОДІЛ БАЛІВ ЗА ВИДАМИ КОНТРОЛІВ

| Форма навчання                  | Поточне тестування та самостійна робота |             |             |             |             |             |             |             | Сума       |
|---------------------------------|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
|                                 | ЗМ 1                                    |             |             |             | ЗМ 2        |             |             |             |            |
|                                 | T1                                      | T2          | T3          | T4          | T5          | T6          | T7          | T8          |            |
| <b>Денна<br/>(усього балів)</b> | <b>0-10</b>                             | <b>0-10</b> | <b>0-10</b> | <b>0-20</b> | <b>0-10</b> | <b>0-10</b> | <b>0-10</b> | <b>0-20</b> | <b>100</b> |
| Опитування на семінарах         | 0-3                                     | 0-3         | 0-3         | 0-13        | 0-3         | 0-3         | 0-3         | 0-13        |            |
| Конспекти самопідготовки        | 0-2                                     | 0-2         | 0-2         | 0-2         | 0-2         | 0-2         | 0-2         | 0-2         |            |
| Практичні роботи                | -                                       | -           | -           | -           | -           | -           | -           | -           |            |
| Самостійні роботи               | 0-5                                     | 0-5         | 0-5         | 0-5         | 0-5         | 0-5         | 0-5         | 0-5         |            |

**Самостійна робота** – форма організації навчального процесу, яка передбачає виконання завдань здобувачем вищої освіти під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі.

**Індивідуальна робота** - форма організації навчального процесу, яка забезпечує реалізацію творчих можливостей здобувача вищої освіти через індивідуально спрямований розвиток його здібностей, науково-дослідну роботу і творчу діяльність.

**Наукова робота** – виконане під керівництвом викладача наукове дослідження тієї чи іншої проблеми, яке відповідає науковим принципам, має певну структуру, містить результати власного пошуку, власні висновки.

**Екзамен (залік)** – форма підсумкового контролю засвоєння студентом теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної дисципліни за семестр, що проводиться як контрольний захід під час екзаменаційної сесії.

### Шкала оцінювання (національна та ECTS)

| Сума балів | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою |            |
|------------|-------------|-------------------------------|------------|
|            |             | для екзамену                  | для заліку |
| 90-100     | <b>A</b>    | відмінно                      | зараховано |
| 82-89      | <b>B</b>    | добре                         |            |
| 75-81      | <b>C</b>    |                               |            |
| 68-74      | <b>D</b>    | задовільно                    |            |
| 61-67      | <b>E</b>    |                               |            |

|       |           |              |               |
|-------|-----------|--------------|---------------|
| 35-60 | <b>FX</b> | незадовільно | не зараховано |
| 0-34  | <b>F</b>  |              |               |

### 13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Менеджмент та маркетинг у ФКіС» для магістрів спеціальності 017 «Фізична культура і спорт». – Львів: ЛДУФК, 2018.

3. Методичні рекомендації для проведення семінарських занять «Менеджмент та маркетинг у ФКіС» для магістрів спеціальності 017 «Фізична культура і спорт» / уклад. С. В. Криштанович. – Львів: ЛДУФК, 2018.

4. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів з дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ФКіС» для рівня вищої освіти «магістр» денної форми навчання (017 Фізична культура і спорт) / уклад. С. В. Криштанович. – Л.: ЛДУФК, 2018. – 53 с.

### 14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

#### Базова

1. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент: Підручник/ Л.В. Балабанова, Л.О. Юзик. – К.: ЦУЛ, 2013. – 391с.

2. Мізюк Б.М., Тучковська І.І., Артищук І.В. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Б.М.Мізюк, І.І.Тучковська, І.В.Артищук; Видавництво «Магнолія 2006». - Львів - 2013. – 376 с.

3. Кожушко, Л. Ф., Кузнецова, Т. О., Судук, О. Ю. Основи менеджменту і маркетингу. – Рівне : НУВГП, 2016 – 291 с.

4. Кузнецова Т.О., Янковська Л.А., Савіна Н.Б., Семчук Ж.В., Менеджмент. Теорія та практика. Навчальний посібник. - 2013 – 293 с.

5. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення. Навч. посібник у схемах і таблицях (для організації самост. роботи студентів ВНЗ). / С.В.Смерічевська, М.В.Жаболенко, С.В.Чернишева та інш.: за заг. ред. С.В. Смерічевської – Львів: «Магнолія 2006», 2013. – 548с.

#### Допоміжна

1. Криштанович С. Європейський досвід формування професійної компетентності майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту / С. В. Криштанович // Педагогічний альманах : зб. наук. праць / редкол. В. В. Кузменко (голова) та ін. – Херсон : КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2017. – Вип. 35. – с. 204 – 211

2. Криштанович С. Ключові компетенції менеджера фізичної культури і спорту / С. В. Криштанович, М. Ф. Криштанович // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали XI міжнародна науково-практична конференція (10-11 травня 2018 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК, 2018. - С. 319- 322

3. Криштанович С. Принципи формування цінностей у спортивних менеджерів / С. В. Криштанович // Пріоритети сучасної науки (частина II) : матеріали Міжнародній

науково-практичній конференції (Київ, 27 – 28 жовтня 2017 року). – Київ. : МЦНД, 2017 – С. 31-32.

4. Криштанович С. Процес формування професійної компетентності майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту / С. В. Криштанович // Нова педагогічна думка : науково-методичний журнал. – Рівне : РОІППО, 2017. – Вип. 3 (91) – с. 65 – 71

5. Криштанович С. Система формування ключових компетентностей майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту / С. В. Криштанович // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота»: зб.наук. пр. / Ред.кол. : Козубовська І.В. (гол.ред.) та ін. – Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2018. – Випуск 1 (42), Частина I, Частина II. – С. 122-126

5. Kryshtanovych S. Concept of Future Sports Managers' Professional Competences Formation / M. Kryshtanovych, S. Kryshtanovych, M. Navrylyuk // Ukrainian Journal of Educational Research. – V. 2, №1(2). 2017 – P. 57-61

6. Криштанович С. Етапи підготовки системи формування професійної компетентності спортивних менеджерів / С. В. Криштанович // Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи / [редактори-упорядники: Я.Гжесяк, І.Зимомря, В.Льницький]. – Конін – Ужгород – Дрогобич: Посвіт, 2018. – С. 200-202

7. Пинк Д. Драйв что на самом деле нас мотивирует / Дэниел Пинк : Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2013

8. Трейсі, Брайан. Як керують найкращі. [Як одержати максимум від себе та інших. Секрети, перевірені на практиці] / Б. Трейсі ; пер. з англ. Р. Клочка. – Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. – 208 с.

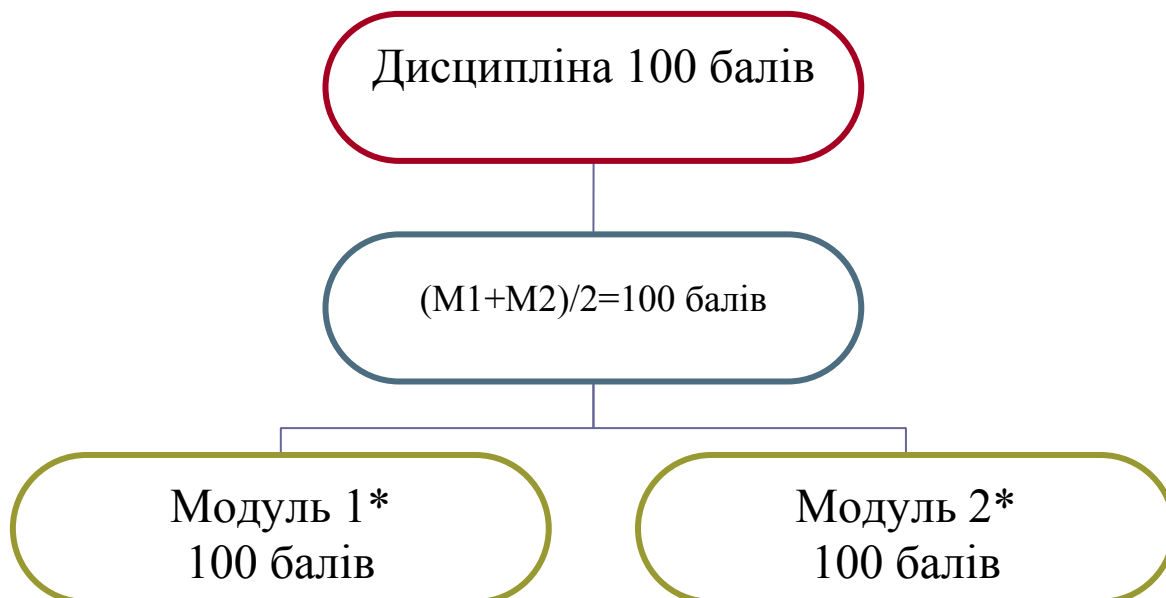
9. Феррацці К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств / Кейт Феррацці. – Нью-Йорк, 2014. – С. 400.

10. Чан Кім В. Стратегія блакитного океану / В. Чан Кім, Рене Моборн. – Бостон, 2015. – С. 288.

### **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

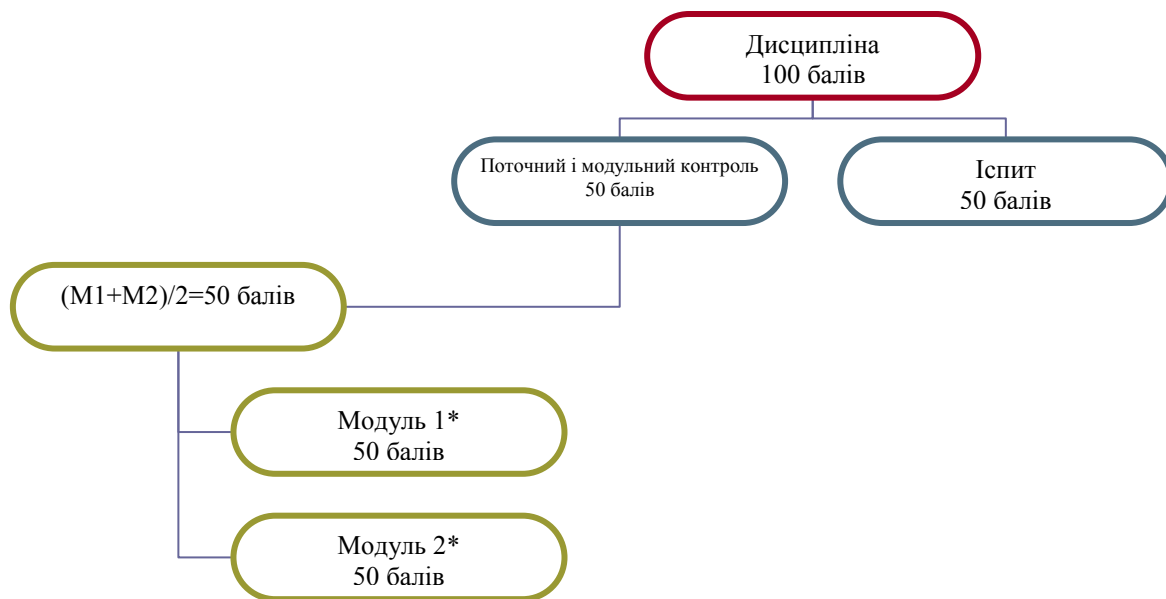
1. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
3. Репозитарій ЛДУФК. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/>

### Залік



\* залік виставляється лише тим студентам, які успішно виконали навчальний план і набрали не менше 61 балів по кожному із модулів

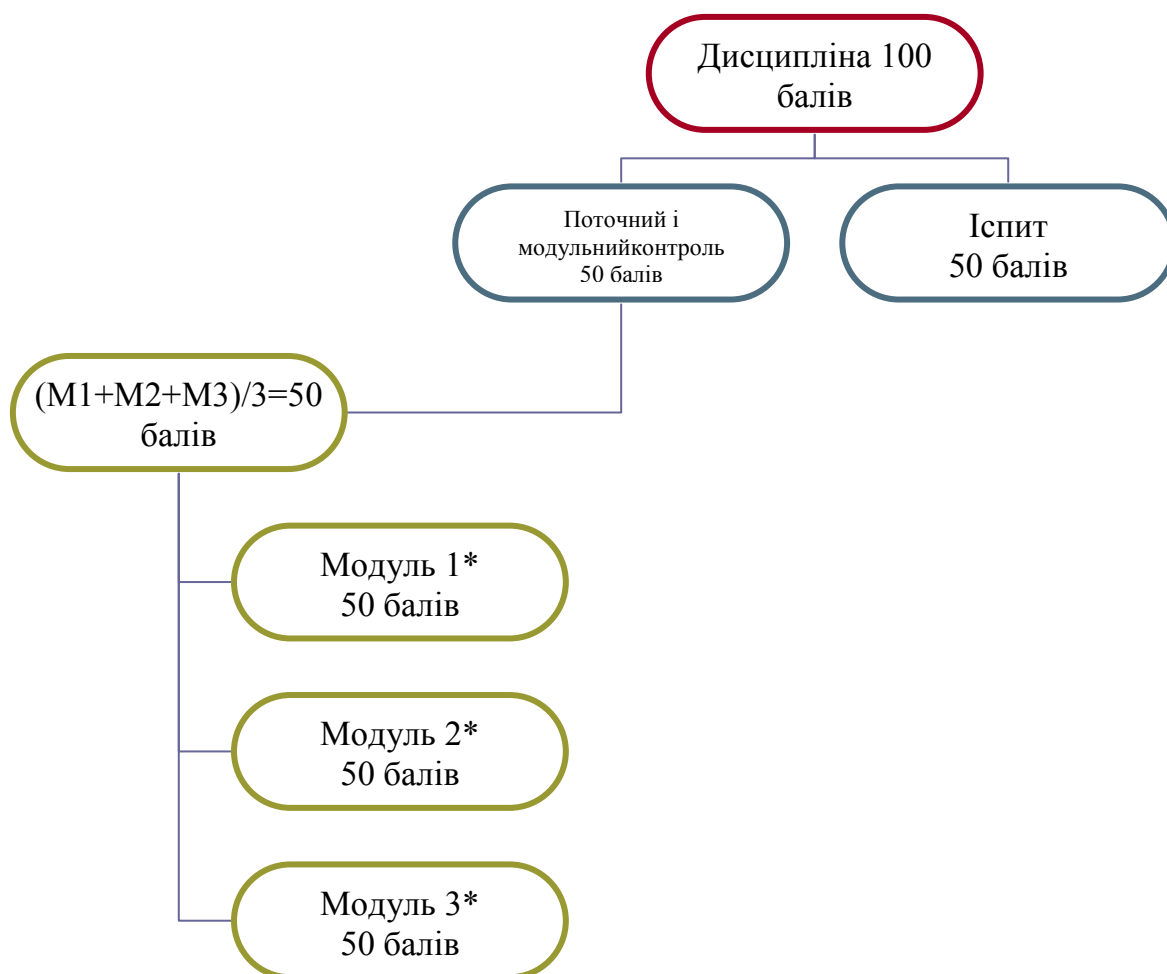
### Екзамен (два модуля)



\* до складання підсумкового контролю допускають студенти, які успішно виконали навчальний план і набрали не менше 18 балів по кожному із модулів



## Екзамен (три модуля)



\* до складання підсумкового контролю допускають студенти, які успішно виконали навчальний план і набрали не менше 18 балів по кожному із модулів