

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ  
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Менеджмент і маркетинг у ФКіС**  
(назва навчальної дисципліни)

**ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**

підготовки магістрів

(рівень вищої освіти)

галузь знань 01 Освіта/Педагогіка

спеціальності 014 Середня освіта (фізична культура)  
(шифр і назва спеціальності)

Навчальна програма з дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ФКіС» для студентів за спеціальністю 014 Середня освіта (фізична культура)

X с. (денна форма навчання)

Розробники: доцент к.держ.упр. Криштанович С. В.

Навчальна програма затверджена на засіданні кафедри економіки та менеджменту

Протокол від “27” грудня 2018 року № 7

Завідувач кафедри економіки та менеджменту

Н. Ф. Павленчик

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Навчальна програма затверджена на засіданні Ради факультету туризму

Протокол від. “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_

Голова \_\_\_\_\_

(\_\_\_\_\_)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

© \_\_\_\_\_, 20\_\_ рік

© \_\_\_\_\_, 20\_\_ рік

Програма вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ФКіС» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки «магістр» спеціальності 014 Середня освіта (фізична культура).

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ФКіС» є основні положення теоретичних засад управлінської діяльності (закони, закономірності, методи, функції, принципи, моделі тощо), практика управління спортивними організаціями, проектування систем менеджменту і маркетингу, тобто формування взаємопов'язаних і взаємодіючих управлінських важелів, які забезпечують управлінський вплив, споживачам різних послуг.

**Міждисциплінарні зв'язки:** економічна теорія, економіка підприємств, стратегічне управління, економіка та ціноутворення в галузі тощо.

Програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ФКіС» складається з таких змістових модулів:

Змістовий модуль 1. Менеджмент у ФКіС

Змістовий модуль 2. Маркетинг у ФКіС

## **1. Мета та завдання навчальної дисципліни**

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ФКіС» є надання майбутнім спеціалістам з фізичного виховання 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.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ФКіС» полягає у засвоєнні студентами методології менеджменту та маркетингової діяльності та її прикладного аспекту – менеджменту і маркетингу фізичної культури і спорту.

1.3. У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні:

### **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.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 год. / 3,0 кредити ECTS;

## **2. Інформаційний обсяг 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. Стили 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 політика 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 товароруку. 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 товароруку. 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.

### **3. 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 : РОППО, 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.Ільницький]. – 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 Паблшер, 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/>



#### 4. Засоби діагностики успішності навчання

Успішність навчання студентів забезпечується шляхом реалізації контрольних заходів. 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** здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять в усній та письмовій формах.

1. Опитування.
2. Перевірка завдань для самостійної роботи.
3. Перевірка матеріалів самопідготовки.
4. Тестування.

**Підсумковий контроль** – залік (X семестр – денна форма; XII семестр – заочна форма навчання).

#### 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.