

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент і маркетинг у ФКіС»

Рівень вищої освіти – Другий рівень

Ступінь вищої освіти – магістр

Галузь знань - 01 Освіта/Педагогіка

Спеціальність - 014 Середня освіта (фізична культура)

Освітня програма - Фізична культура і спорт

Кількість кредитів – 3 – 90 год., із них: аудиторних - 30 год.; самостійної роботи студента – 60 год.

Форма навчання – денна

Рік підготовки – 5, семестр – 10

Компонент освітньої програми – обов'язкова

Дні занять – відповідно до розкладу

Консультації – відповідно до графіку навчального процесу

Мова викладання – українська

Керівники курсу:

Холявка Володимир Зеновійович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту

Контактна інформація:

Адреса: 79007, вул. Костюшка, 11, м. Львів. ауд. 213., тел. (032) 255-41-32

e-mail: vkholiyavka@ukr.net

Криштанович Світлана Володимирівна – кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту.

Контактна інформація:

Адреса: 79007, вул. Костюшка, 11, м. Львів. ауд. 213., тел. (032) 255-41-32

e-mail: skrischtanovich@gmail.com

Опис дисципліни

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

Менеджмент і маркетинг у ФКіС - це теорія і практика ефективного управління організаціями фізкультурно-спортивної спрямованості в сучасних ринкових умовах. Спорт і фізична культура функціонують у сучасній Україні у формі безлічі різноманітних фізкультурних і спортивних організацій. Це перш за все клуби професійного спорту, клуби для аматорського, робочого спорту і т. д. Усім, хто цікавиться фізичною культурою і спортом, та навіть тим, хто далекий від них, добре знайомі назви і таких спортивних організацій, як дитячо-юнацька спортивна школа, фітнес-клуб, фізкультурно-оздоровчий центр, спортивний комплекс, плавальний басейн, федерація хокею тощо.

Предметом вивчення 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.

Метою викладання 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.

Основні завдання полягає у засвоєнні студентами методології менеджменту та маркетингової діяльності та її прикладного аспекту – менеджменту і маркетингу фізичної культури і спорту.

Навчальний контент

Теми	Розподіл годин				Результати навчання Знати:
	разом	л	с	с.р	
ТЕМА 1. Поняття і сутність менеджменту	8	2	2	4	<ul style="list-style-type: none">- 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.	8	2	2	4	<ul style="list-style-type: none">- Поняття та структура організації як об'єкту

<p>Організація як об'єкт управління</p>				<p>управління.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
<p>ТЕМА 3. Методологія менеджменту</p>	<p>8</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>4</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. - Планування діяльності спортивних організацій. - 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. - Мотивація і контроль в спортивній діяльності. - Контрольна функція менеджменту. Етапи процесу контролю. - Координаційна функція менеджменту
<p>ТЕМА 4. Керівництво, влада, лідерство</p>	<p>9</p>	<p>2</p>	<p>2</p>	<p>5</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сутність та особливості керівництва. Вимоги до керівників. - Елементи ефективного керівництва. - Типи керівництва. - Чинники менеджерської діяльності.

					<ul style="list-style-type: none"> - Риси сучасного менеджера. - Влада. Види повноважень. Форми влади. - Лідерство. Теорії лідерства. - Стили керівництва
ТЕМА 5. Організація праці в менеджменті	8	-	-	8	<ul style="list-style-type: none"> - 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
ТЕМА 6. Поняття та сутність маркетингу	9	2	2	5	<ul style="list-style-type: none"> - Поняття маркетингу. Історичні передумови виникнення маркетингу. Методологічні підходи визначення терміну «маркетинг». - Етапи розвитку 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	6	-	-	6	<ul style="list-style-type: none"> - Поняття маркетингової інформаційної системи. - Класифікація маркетингової інформації. - 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	10	2	2	6	<ul style="list-style-type: none"> - Фактори, що впливають на поведінку покупців.

потреб і поведінки споживачів.					<ul style="list-style-type: none"> - 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	10	2	2	6	<ul style="list-style-type: none"> - 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	6	-	-	6	<ul style="list-style-type: none"> - 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.

					<ul style="list-style-type: none"> - 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	8	-	2	6	<ul style="list-style-type: none"> - 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

Формування програмних компетентностей:

- використовувати наявний вітчизняний та закордонний досвід професійної діяльності за обраною спеціальністю, ініціювати та реалізовувати міжнародні проекти, вміти працювати в команді фахівців, які представляють різні країни; спілкуватися в іншомовному середовищі для вирішення практичних завдань.

- аргументувати прийняті управлінські рішення в сфері фізичної культури і спорту, ефективно розподіляти та здійснювати делегування повноважень. Оцінювати результати управлінської праці та фінансово-економічної діяльності організації сфери фізичної культури і спорту.

- створювати спортивні організації, клуби, товариства тощо, працювати в керівних структурах фізичної культури та спорту.

- виявляти потенційних споживачів, їх поведінкові особливості, демонструвати результати впливу на громадськість засобами маркетингових комунікацій, організовувати маркетингові дослідження і рекламну діяльність в сфері фізичної культури і спорту з метою популяризації та просування продукції, робіт і послуг на ринку.

Політика оцінювання

Передбачає дотримання принципів доброчесності та студентоцентрованого підходу.

Оцінювання

Оцінювання якості знань студентів здійснюється відповідно до:

Положення ЛДУФК -----(посилання на сторінку, репозитарій ЛДУФК)

Робочої програми -----(посилання на сторінку, репозитарій ЛДУФК)

Порядку оцінювання-----(посилання на сторінку, репозитарій ЛДУФК)

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

ОСНОВНА

1. Криштанович С. В. Менеджмент і маркетинг у фізичній культурі і спорті : навч. посіб. / Світлана Криштанович, Володимир Холявка. – Львів : ЛДУФК, 2018. – 176с.
2. Операційний менеджмент: Навч. посібник / Старченко Г.В., Калінько І.В., Косач І.А. – К.: Кондор-Видавництво, 2015. – 230 с.
3. Свидрук І.І. Креативний менеджмент: навчальний посібник. / І.І. Свидрук, Ю.І. Осік – Алма-Ата: «Бастау», 2017. – 360 с.
4. Свидрук І.І., Миронов Ю.Б. Психологія управління та конфліктологія: Підручник. - Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2017. - 320 с.
5. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / [Васьківська К. В., Сич О. А.] . – Львів : «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2017. – 236 с.

ДОДАТКОВА

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 самот. 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.
6. 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
7. 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
8. 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.

9. 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
10. 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 І, Частина ІІ. – С. 122-126
5. Kryshchanovych S. Concept of Future Sports Managers' Professional Competences Formation / M. Kryshchanovych, S. Kryshchanovych, 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 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. Ключка. – 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
3. Репозитарій ЛДУФК. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/>