

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Кафедра економіки та менеджменту

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

з дисципліни

Менеджмент і маркетинг у ФКіС

галузь знань 01 Освіта/Педагогіка
(шифр і назва)

спеціальність 014 Середня освіта (фізична культура)

рівень освіти: _____ Магістр

Розглянуто рекомендовано вченою радою факультету туризму
Львівського державного університету фізичної культури (протокол від «__»
_____ 2018 року №__)

Укладач:

доцент кафедри економіки та менеджменту,
к.держ.упр. Криштанович С.В.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗПОДІЛ БАЛІВ ЗА ВИДАМИ КОНТРОЛЮ.....	5
СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
ПРОГРАМА КУРСУ «МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У ФКіС».....	8
ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ТА ЇХ ЗМІСТ.....	11
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	18

ВСТУП

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.

У цілому в Україні роботу з фізичного виховання проводять безліч різних організацій фізкультурно-спортивного спрямування. Керівникам та персоналу цих організацій щодня доводиться вирішувати широке коло різноманітних питань і проблем - від очищення і посадки газону на футбольних майданчиках до проведення грандіозних спортивно-видовищних заходів - таких, наприклад, як чемпіонати світу та Олімпійські ігри. Говорячи професійною мовою, керівникам та персоналу всіх спортивних організацій доводиться займатися менеджментом.

Завдання вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг у ФКіС» полягає у засвоєнні студентами основ менеджменту та маркетингової діяльності і застосуванні отриманих знань у майбутньому в роботі з фізичної виховання.

Семінарське заняття – це вид навчальних занять практичного характеру, спрямованих на поглиблення, розширення, деталізацію і закріплення теоретичного матеріалу. Семінарські заняття сприяють активізації пізнавальної діяльності студентів, формуванню самостійності суджень, умінню відстоювати власні думки, аргументувати їх на основі наукових фактів. Вони сприяють оволодінню фундаментальними знаннями, допомагають розвивати логічне мислення, формувати переконання, оволодівати культурою толерантності, активно впливати на соціальне становлення особистості.

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	
Денна (усього балів)	0-10	0-10	0-10	0-20	0-10	0-10	0-10	0-20	100
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 залікової сесії.

Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Сума балів	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D		
61-67	E	задовільно	не зараховано
35-60	FX	незадовільно	
0-34	F		

FX - незадовільно (не зараховано) з можливістю повторного складання;

F - незадовільно (не зараховано) з обов'язковим повторним вивченням дисципліни.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин*					
	усього	денна форма				
		у тому числі				
1	2	л	п	с	інд	с.р.
2	3	4	5	6	7	
Менеджмент і маркетинг у ФКіС						
Змістовий модуль 1. Менеджмент у ФКіС						
Тема 1. Поняття і сутність менеджменту	8	2	-	2	-	4
Тема 2. Організація як об'єкт управління	8	2	-	2	-	4
Тема 3. Методи і функції 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	41	8	-	8	-	25
Змістовий модуль 2. Маркетинг у ФКіС						
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 політика 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	49	6	-	8	-	35
Усього годин	90	14	-	16	-	60

ПРОГРАМА КУРСУ «МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У ФКіС»**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Менеджмент у ФКіС****Тема 1. Поняття і сутність менеджменту**

(2 години)

План лекції

1. Сутність та зміст менеджменту
2. Розвиток управління як науки
3. Етапи та види управління
4. Сутність менеджменту в спорті.

Тема 2. Організація як об'єкт управління

(2 години)

План лекції

1. Поняття та структура організації як об'єкту управління.
2. Складові успіху, завдання та класифікація цілей організації.
3. Середовище існування організації (внутрішнє та зовнішнє).
4. Культура організації.

Тема 3. Методологія менеджменту

(2 години)

План лекції

1. Закони та закономірності менеджменту ФКіС.
2. Принципи менеджменту ФКіС.
3. Методи менеджменту ФКіС.
4. Поняття та класифікація функцій процесу управління

Тема 4. Керівництво, влада, лідерство

(2 години)

План лекції

1. Сутність та особливості керівництва.
2. Стилi керівництва.
3. Типи влади.
4. Лідерство.
5. Риси сучасного менеджера.

Тема 5. Організація праці в менеджменті

(самостійне опрацювання)

План лекції

1. Сутність та зміст організації праці.
2. Етапи процесу організації праці в менеджменті.
3. Поділ праці в менеджменті.
4. Види кооперації праці в менеджменті.
5. Робоче місце працівника менеджменту організації.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Маркетинг у ФКіС

Тема 6. Поняття та сутність маркетингу

(2 години)

План лекції

1. Поняття маркетингу та етапи його розвитку.
2. Цілі, принципи та завдання маркетингу підприємства.
3. Види маркетингу та їх характеристика.
4. Формування маркетингової інформаційної системи.

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

(самостійне вивчення)

План лекції

1. Поняття маркетингової інформаційної системи.
2. Суть маркетингових досліджень та практика організації проведення на ринку.
3. Види опитування. Характеристика методів опитування.
4. Методичні засади комплексного маркетингового дослідження ринку та етапи проведення.

Тема 8. Вивчення потреб і поведінки споживачів.

(2 години)

План лекції

1. Фактори, що впливають на поведінку покупців.
2. Сутність ринкового сегментування.
3. Етапи процесу сегментування ринку.
4. Етапи позиціонування товару.

Тема 9. Маркетингова товарна та цінова політика підприємства

(2 години)

План лекції

1. Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики підприємства.
2. Концепція життєвого циклу товару.
3. Етапи розробки нового продукту.
4. Сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики підприємства.
5. Етапи процесу та методи ціноутворення.

Тема 10. Політика розповсюдження в системі маркетингу

(самостійне вивчення)

План лекції

1. Маркетингова політика розповсюдження.
2. Функції та характеристики каналів розповсюдження.
3. Характеристика методів оцінки та вибору каналів розповсюдження.
4. Взаємозв'язок маркетингової політики розповсюдження та логістики.
5. Формування міжнародних каналів розповсюдження.

Тема 11. Організація маркетингової діяльності на підприємстві

(самостійне вивчення)

План лекції

1. Сутність, значення та завдання політики розповсюдження.
2. Маркетингова політика комунікацій.
3. Реклама в системі маркетингових комунікацій.
4. Організація маркетингової діяльності підприємства.
5. Контроль маркетингової діяльності підприємства.

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ТА ЇХ ЗМІСТ

Семінарське заняття №1 СУТНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В СПОРТІ

План семінарського заняття

1. Поняття менеджменту спортивної організації.

Походження і багатозначний зміст понять «менеджмент» і «спортивний менеджмент». Співвідношення понять «менеджмент» і «управління». Зв'язок менеджменту з наявністю професійних керуючих.

2. Сутність спортивного менеджменту.

Спортивна організація як самоврядна система. Основні елементи і властивості соціальної самокерованої системи. Суб'єкт і об'єкт управління та їх цільове взаємодію.

3. Принципи спортивного менеджменту.

Склад, зміст і значення принципів управління фізичною культурою і спортом в ринкових умовах.

4. Місія і цілі спортивної організації.

Поняття і види соціальних цілей у фізкультурно-спортивної організації. Цілі як відображення місії організації та соціальної політики держави з розвитку фізичної культури і спорту в Україні. Генеральна мета і дерево цілей фізкультурно-спортивної організації.

5. Взаємодія загальних і конкретних функцій менеджменту в спортивній організації.

Поняття і характеристика загальних функцій спортивного менеджменту. Поняття і характеристика галузевих (спеціальних, конкретних) функцій спортивного менеджменту. Взаємодія загальних та галузевих функцій спортивного менеджменту.

Питання для самоконтролю знань

1. Визначення поняття “спортивний менеджмент”. Мета і завдання спортивного менеджменту на сучасному етапі економічного і соціального розвитку України.

2. Менеджмент у діяльності фахівця фізичної культури і спорту.

3. Організація. Її елементи і функції, ієрархічна структура.

4. Управління змагальною діяльністю.

5. Управління в системі підготовки спортсменів.

6. Сутність управління фізичною культурою і спортом.

7. Сучасні принципи спортивного менеджменту.

8. Система функцій управління фізкультурно-спортивною організацією.

Семінарське заняття №2 ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРУКТУРИ В СПОРТІ

План семінарського заняття

1. Поняття та структура організації як об'єкту управління.
Ознаки організації. Елементи системи управління спортивної організації. Рівні управління та носії управлінської структури організації. Складові успіху, завдання та класифікація цілей спортивної організації.
2. Середовище існування організації (внутрішнє та зовнішнє).
Фактори внутрішнього середовища організації. Функціональні сфери зовнішнього середовища організації. Зовнішнє середовище прямого та непрямого впливу. Характеристика зовнішнього середовища.
3. Культура організації.
Організаційна культура. Основні функції культури. Характеристика основних типів організаційних культур. Принципи формування «іміджу підприємства».
4. Типологія сучасних спортивних клубів України.
Поняття фізкультурно-спортивної організації та її ознаки. Цільове призначення організації - надання фізкультурно-спортивних послуг. Поняття і значення класифікації для спортивного менеджменту. Підстави класифікації сучасних фізкультурних і спортивних функцій та взаємодія. Федерації (асоціації, спілки) з видів спорту та їх основні функції. Загальноукраїнські фізкультурно-спортивні об'єднання та їх основні функції.

Питання для самоконтролю знань

1. Розкрийте сутність категорії „організація”.
2. Які загальні особливості характерні для спортивних організацій?
3. Розкрийте сутність системного підходу до організації.
4. Чим відрізняються одне від одного зовнішнє і внутрішнє середовище організації?
5. Перелічіть елементи середовища прямої дії.
6. Перерахуйте основні елементи, що створюють середовище непрямої дії.
7. Перелічіть ознаки, якими характеризується відкрита система.
8. Наведіть класифікаційні ознаки, за якими виділяють окремі види організацій.
9. Наведіть класифікацію організацій за формами підприємництва і розкрийте сутність наведених категорій.

Семінарське заняття №3 ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

План семінарського заняття

1. Планування в управлінській діяльності спортивних організацій.

Зміст планування в управлінській діяльності спортивних організацій. Процес організаційного планування, його способи і методи. Класифікація планів спортивних організацій. Етапи планування.

2. Стратегічне планування спортивних організацій.

Сутність понять «стратегія», «стратегічне планування». Процес здійснення стратегічного планування в спортивних організаціях. Модель стратегічного планування.

3. Планування та організація проведення спортивних змагань.

Значення і завдання планування роботи в спорті. Фізична культура і спорт в освітніх установах. Планування фізкультурно-оздоровчих і спортивних заходів. Охорона здоров'я громадян при заняттях фізичною культурою і спортом.

4. Структура та зміст бізнес-плану фізкультурно-спортивної організації.

Бізнес-план фізкультурно-спортивної організації. Структура та зміст бізнес-плану фізкультурно-спортивної організації. Бізнес-план з торгівлі спортивними товарами. Цілі спортивного спонсорства.

Питання для самоконтролю знань

1. Визначте сутність функцій планування та їх класифікацію в спортивних організаціях.
2. Назвіть етапи планування діяльності спортивної організації.
3. Перелічіть види планів і дайте їх характеристику.
4. Наведіть структуру річного плану розвитку спортивної організації.
5. Як здійснюється стратегічне планування спортивної організації?
6. Розкрити зміст тактичного планування фізкультурно-спортивної організації.
7. Розкрити зміст оперативного планування фізкультурно-спортивної організації.
8. Розкрити зміст бізнес-плану фізкультурно-спортивної організації.

Семінарське заняття №4

МОТИВАЦІЯ І КОНТРОЛЬ В СПОРТИВНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

План семінарського заняття

1. Мотиваційна функція менеджменту в організаціях спортивного спрямування.

Мотивація і стимулювання праці у фізкультурно-спортивних організаціях. Чинники, що впливають на потреби людини. Теорія мотивації А.Маслоу. Індивідуальна поведінка людини (мотив та мотивування). Управлінське тестування персоналу фізкультурно-спортивних організацій.

2. Форми морального стимулювання праці працівників спортивних організацій.

Державні нагороди та відомчі відзнаки. Кваліфікаційні категорії працівників фізкультурно-спортивних організацій. Участь працівників фізичної культури і спорту в професійних конкурсах.

3. Контрольна функція менеджменту.

Поняття, види і технології контролю в управлінні персоналом спортивних організацій. Контролюючі показники в діяльності спортивних організацій.

Питання для самоконтролю знань

1. Визначте поняття «мотиви», «потреби», «винагорода».
2. Розкрийте сутність мотивації як функції управління.
3. Що є основою теорії мотивації А. Маслоу?
4. В чому полягають відмінності між змістовними та процесуальними теоріями мотивації?
5. Розкрити сутність і види контролю.
6. Що являє собою контролінг і його відмінність від контролю?

Семінарське заняття №5 ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ СПОРТИВНО ОРІЄНТОВАНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

План семінарського заняття

1. Концепції, види та функції маркетингу.
Сутність поняття «концепція маркетингу». Концепції діяльності підприємства на ринку. Обґрунтування концепції маркетингу для спортивно орієнтованих організацій. Аналіз маркетингових можливостей фірми. Класифікація видів маркетингу. Функції маркетингу.
2. Формування маркетингової інформаційної системи.
Класифікація маркетингової інформації. Поняття маркетингової інформаційної системи. Джерела маркетингової інформації. Складові маркетингової інформаційної системи. Завдання та напрямки маркетингових досліджень. Методи маркетингових досліджень. Види опитування.

Питання для самоконтролю знань

1. Дайте визначення концепції маркетингу.
2. Основні види маркетингу.
3. Узагальнені функції маркетингу.
4. Чим відрізняється концепція маркетингу та соціально-етичного маркетингу від інших підходів до організації маркетингової діяльності?
5. Дайте визначення маркетингова інформаційна система.
6. Опитування як метод маркетингових досліджень.
7. Які завдання маркетингових досліджень?

Семінарське заняття №6 СПОРТИВНИЙ РИНОК ТА ЙОГО СУБ'ЄКТИ

План семінарського заняття

1. Спортивний ринок.

Охарактеризувати сутність понять «спортивний ринок», «цільовий ринок», «суб'єкти спортивного ринку». Елементи маркетингу «4 P».

2. Маркетингове середовище спортивних організацій.

Мікросередовище спортивних організацій. Типи маркетингових посередників. Види контактних аудиторій. Внутрішнє середовище спортивної організації. Макросередовище спортивних організацій.

3. Сутність ринкового сегментування.

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

Питання для самоконтролю знань

1. Дати визначення «спортивний ринок».
2. Важливі елементи маркетингу спортивного ринку.
3. Які фактори макросередовища впливають на спортивний ринок?
4. Які фактори мікросередовища впливають на спортивний ринок?
5. Етапи сегментування спортивного ринку.
6. Фактори, що впливають на поведінку споживачів.

Семінарське заняття №7 МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА І ЦІНОВА ПОЛІТИКА В СПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

План семінарського заняття

1. Маркетинговий аналіз товарів.

Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики підприємства. Структура маркетингової товарної політики. Рівні маркетингового аналізу товару. Класифікація товарів за типом споживача.

2. Основні маркетингові рішення щодо товару

Розробка та просування на спортивний ринок товарів. Конкурентоспроможність товарів компаній. Типи товарів за ознакою товарної новизни. Етапи розробки нового продукту.

3. Життєві циклу товару

Концепція життєвого циклу товару. Етапи життєвого циклу товару. Характеристика життєвих циклів товарів. Маркетингова політика спортивних організацій.

4. Сутність цінової політики в системі маркетингу спортивних організацій.

Сутність маркетингової цінової політики. Роль і значення ціни. Теорія еластичності попиту і ціни. Класифікація цін. Сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики підприємства.

5. *Фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства. Фактори ціноутворення. Етапи процесу та методи ціноутворення. Тендерне ціноутворення.*

6. *Цінові стратегії.*

Економічне обґрунтування ціни. Види та умови застосування цінових стратегій. Види знижок, націнок, надбавок. Державне регулювання цін. Цінова політика спортивних організацій.

Питання для самоконтролю знань

1. Дайте визначення маркетингової товарної політики та охарактеризуйте її структуру.
2. Охарактеризуйте основні атрибути товару.
3. Дайте визначення та поясніть маркетингову концепцію конкурентоспроможності товару.
4. Поясніть логіку алгоритму розробки нової продукції.
5. Поясніть сутність поняття «новий товар».
6. Дайте визначення марки товару. Назвіть типи марок та поясніть актуальність цього питання в сучасній маркетинговій діяльності.
7. Охарактеризуйте роль упаковки товару в сучасній маркетинговій діяльності.
8. Дайте визначення життєвого циклу продукції та охарактеризуйте його основні етапи.
9. Охарактеризуйте особливості маркетингу на різних етапах життєвого циклу продукції.
10. Поясніть сутність та охарактеризуйте основні характеристики товарного асортименту.
11. Поясніть сутність та охарактеризуйте методи елімінування продукції.
12. У чому полягає роль цінової політики як одного з головних елементів маркетингу?
13. На якому з типів ринку роль маркетингової цінової політики підприємства є найбільшою?
14. Поясніть логіку та назвіть етапи маркетингового алгоритму розрахунку цін.
15. Охарактеризуйте чинники, які впливають на цінову еластичність попиту.
16. Охарактеризуйте конкурентне маркетингове ціноутворення.
17. Розкрийте суть та охарактеризуйте види маркетингового непрямого ціноутворення.
18. Назвіть види знижок на ціни.

Семінарське заняття №8

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СПОРТИВНО – ОРІЄНТОВАНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

План семінарського заняття

1. Політика розповсюдження як складова системи маркетингу.
Сутність, значення та завдання політики розповсюдження. Складові системи товароруку. Функції та характеристики каналів розповсюдження.
2. Маркетингова політика комунікацій.
Сутність та роль комплексу маркетингових 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.
3. Організація маркетингової діяльності підприємства.
Принципи організації управлінських структур. Етапи організації маркетингу на підприємстві. Вимоги до працівників відділу маркетингу.
4. Контроль маркетингової діяльності підприємства.
Аналіз результатів маркетингової діяльності фірми. Основні напрями маркетингового аудиту.

Питання для самоконтролю знань

1. Дайте визначення маркетингової політики розподілу.
2. Дайте визначення маркетингових каналів розподілу. Охарактеризуйте їх основні функції.
3. Назвіть основні характеристики каналів розподілу.
4. Охарактеризуйте основні типи посередницької торговельної діяльності.
5. Перелічіть основні функції торговельних посередників.
6. Охарактеризуйте групи торговельних посередників за ознакою місця, яке вони займають у маркетинговому каналі розподілу товарів.
7. Наведіть основні типи маркетингових систем розподілу товарів. В чому їх відмінності?
8. Розкрийте сутність заходів з управління каналами розподілу.
9. В чому полягає оцінювання каналів розподілу?
10. Дайте визначення маркетингової політики комунікацій.
11. Назвіть основні етапи алгоритму формування комплексу маркетингових комунікацій.
12. Охарактеризуйте основні інструменти (засоби впливу) маркетингової політики комунікацій.
13. Перелічіть канали поширення маркетингової політики комунікацій.
14. Наведіть базові фактори, які впливають на сприйняття маркетингових комунікацій споживачем.
15. Розкрийте сутність поняття реклами і охарактеризуйте види реклами за її цілями.
16. Як можна оцінити ефективність реклами?
17. Що являє собою пропаганда і наведіть її основні форми.
18. Що ми розуміємо під об'єктами PR-акцій?
19. Охарактеризуйте особливості стимулювання збуту як компонента комплексу маркетингових комунікацій.

20. Дайте характеристику інструментів стимулювання збуту.
21. Охарактеризуйте процес планування персонального продажу.
22. В яких формах виступає персональний продаж і хто його суб'єкти?
23. Дайте визначення прямого маркетингу і наведіть його основні інструменти.

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 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.

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. Kryshchanovych S. Concept of Future Sports Managers' Professional Competences Formation / M. Kryshchanovych, S. Kryshchanovych, M. Havrylyuk // 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
3. Репозитарій ЛДУФК. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/>

Криштанович Світлана Володимирівна

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

з дисципліни

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У ФКіС

для магістрів стаціонарної форми навчання

зі спеціальності

017 Фізична культура і спорт

Кафедра економіки та менеджменту
Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського
Україна, 790 __, м. Львів, вул. Костюшка, 11

Підписано до друку __. __. 2017р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
умов. друк. арк. __. Наклад 50 прим. Зам. № __

Видавець і виготовлювач:
Редакційно-видавничий відділ ЛДУФК
790 __, м. Львів, вул. Костюшка, 11
Тел./факс: _____, E-mail: _____

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
державного реєстру видавців, виготівників та розповсюджувачів
видавничої продукції _____

