

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**Факультет здоров'я, фізичного виховання і спорту****Кафедра фізичного виховання і педагогіки спорту****“ЗАТВЕРДЖУЮ”**Проректор з науково-методичної
та навчальної роботиО.Б.Жильцов
2023 року**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ****УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ
У СФЕРІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ**

для студентів

Спеціальності: 017 – Фізична культура і спорт

Освітнього рівня: другий (магістерський)

Освітньої програми: 017.00.01 Фізичне виховання

Київ – 2023



Розробник:

Ярмолюк О.В., доцент кафедри фізичного виховання і педагогіки спорту, кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент

Викладач:

Ярмолюк О.В., доцент кафедри фізичного виховання і педагогіки спорту, кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри фізичного виховання і педагогіки спорту

Протокол від 30.08.2022 р. № 8

Завідувач кафедри _____ (підпис) (О.В. Ярмолюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми «Фізичне виховання»)

____.____.20__ р.

Керівник освітньої програми _____ (підпис) (Г.О. Лопатенко)

Робочу програму перевірено

____.____.20__ р.

Заступник директора/декана _____ (підпис) (О.С. Комоцька)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__» 20__ р., протокол № ____

© Ярмолюк О.В., 2023 рік

© Університет Грінченка, 2023 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	Денна	
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	1	
Семестр	2	
Кількість змістовних модулів	2	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
Аудиторні	32	
Модульний контроль	8	
Семестровий контроль	30	
Самостійна робота	50	
Форма семестрового контролю	екзамен	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – сприяти формуванню у компетентного конкурентоспроможного фахівця (магістра) в галузі фізичної культури та спорту системи знань, умінь і загально-професійних компетентностей, необхідних для самостійного розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем в професійній діяльності шляхом ознайомлення з теоретичними та практичними основами управління проєктами в спортивному менеджменті й маркетинговій діяльності фізкультурно-спортивних організацій.

Завдання дисципліни:

1. Опанувати здатність генерувати нові ідеї (креативність) в галузі фізичної культури і спорту.
2. Опанувати здатність розробляти проєкти та управляти ними в фізкультурно-спортивній діяльності.
3. Опанувати здатність розв'язувати проблеми у сфері фізичної культури та спорту у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.
4. Опанувати здатність розробляти та реалізовувати наукові і прикладні проєкти, спрямовані на розв'язання проблем інноваційного характеру у сфері фізичної культури і спорту, а також дотичні до неї міждисциплінарні проєкти.

3. Результати навчання за дисципліною

- випускник може розробляти та реалізовувати інноваційні проєкти у сфері фізичної культури і спорту;
- випускник демонструє здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети;

- випускник демонструє здатність до самоосвіти, самовдосконалення та саморефлексії для успішної професіоналізації у сфері фізичної культури і спорту;
- випускник може приймати ефективні рішення щодо вирішення проблем у сфері фізичної культури та спорту, генерувати та порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та ресурсні потреби;
- випускник може організовувати ефективну роботу колективу фізкультурно-спортивної організації, спрямовану на досягнення визначених цілей з урахуванням економічних, правових та етичних аспектів.
- випускник може використовувати знання стратегічного планування та проведення SWOT-аналізу фізкультурно-спортивної організації;
- випускник демонструє володіння основними технологіями маркетингових комунікацій в галузі ФКіС;
- випускник вміє адаптувати та застосовувати теоретичні знання у різних специфічних ситуаціях, що виникають під час освітнього процесу та професійної діяльності з урахуванням законодавства України про фізичну культуру та спорт.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1. Проектна діяльність в спортивному менеджменті							
Тема 1. Управління проектами в сфері ФКіС	14	2	2	-	-	-	6
Тема 2. Стратегічне планування маркетингу в спорті	14	2	2	-	-	-	6
Тема 3. Сегментування ринку ФКіС	14	2	2	-	-	-	6
Тема 4. Конкуренція в галузі спорту	14	2	2	-	-	-	7
Модульний контроль	4						
Змістовий модуль 2. Управління маркетинговими проектами фізкультурно-спортивної організації							
Тема 5. Товарна політика фізкультурно-спортивної організації	14	2	2	-	-	-	6
Тема 6. Ціноутворення в сфері ФКіС	14	2	2	-	-	-	6
Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій в спорті	14	2	2	-	-	-	6
Тема 8. Спонсорська та ліцензійна діяльність в галузі ФКіС	12	2	2	-	-	-	7
Модульний контроль	4						

Семестровий контроль	30						
	Усього	120	16	16			50

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СПОРТИВНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Лекція 1. Управління проєктами в сфері ФКіС.

Основні питання / ключові слова:

Поняття та види проєктів. Зміст і особливості маркетинг менеджменту в сфері ФКіС. Мета, завдання, суб'єкт і об'єкт спортивного маркетингу. Головні принципи і функції маркетингу в спорті. Поняття, алгоритм, етапи маркетингового управління в спорті. Характеристика відділів маркетингу у ФСО.

Семінарське заняття 1. Управління проєктами в сфері ФКіС.

Основні питання / ключові слова:

Поняття та види проєктів. Зміст і особливості маркетинг менеджменту в сфері ФКіС. Мета, завдання, суб'єкт і об'єкт спортивного маркетингу. Головні принципи і функції маркетингу в спорті. Поняття, алгоритм, етапи маркетингового управління в спорті. Характеристика відділів маркетингу у ФСО.

Рекомендована література:

1. Бондарчук Н. Я. Менеджмент у сфері фізичної культури і спорту: Навчальний посібник. Ужгород: Поліпрінт, 2010. 170 с.
2. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
3. Крикавський Є.В. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки; 2014. 380 с.
4. Олійник М.О., Скрипник А.П. Правові основи організації та управління фізичною культурою, спортом і туризмом в Україні. Харків: Харківський державний інститут фізичної культури; 2000. 292 с.

Лекція 2. Стратегічне планування маркетингу в спорті.

Основні питання / ключові слова:

Поняття стратегії і тактики маркетингу фізкультурно-спортивних організацій. Основні компоненти стратегічного планування маркетингу ФСО. Типологія і види стратегій маркетингу в сфері ФКіС. Етапи формування маркетингової стратегії ФСО.

Семінарське заняття 2. Стратегічне планування маркетингу в спорті.

Основні питання / ключові слова:

Поняття стратегії і тактики маркетингу фізкультурно-спортивних організацій. Основні компоненти стратегічного планування маркетингу ФСО. Типологія і види стратегій маркетингу в сфері ФКіС. Етапи формування маркетингової стратегії

ФСО.

Рекомендована література:

1. Бондарчук Н. Я. Менеджмент у сфері фізичної культури і спорту: Навчальний посібник. Ужгород: Поліпрінт, 2010. 170 с.
2. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
3. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, вид-во «Олімп. л-ра.»; 2017. 272 с.
4. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298 с.

Лекція 3. Сегментування ринку ФКіС.

Основні питання / ключові слова:

Поняття та зміст процесу сегментування ринку спортивних послуг. Етапи сегментування спортивного ринку. Критерії сегментування ринку в сфері ФКіС: за типами споживачів; за параметрами послуг ФКіС, за конкурентами. Вибір цільового ринку та позиціонування ФСО.

Семінарське заняття 3. Сегментування ринку ФКіС.

Основні питання / ключові слова:

Поняття та зміст процесу сегментування ринку спортивних послуг. Етапи сегментування спортивного ринку. Критерії сегментування ринку в сфері ФКіС: за типами споживачів; за параметрами послуг ФКіС, за конкурентами. Вибір цільового ринку та позиціонування ФСО.

Рекомендована література:

1. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
2. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, вид-во «Олімп. л-ра.»; 2017. 272 с.
3. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. Київ: Олімпійська література; 2007. 215 с.
4. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298 с.

Лекція 4. Конкуренція в галузі спорту.

Основні питання / ключові слова:

Зміст, види й особливості конкуренції на ринку послуг галузі ФКіС. Методи конкурентної боротьби на ринку ФКіС. Маркетинговий аналіз конкурентів. Карта конкурентів галузі ФКіС. Фактори конкурентоспроможності послуг галузі ФКіС. Основні засади оцінки конкурентоспроможності продукту ФСО.

Семінарське заняття 4. Конкуренція в галузі спорту.

Основні питання / ключові слова:

Зміст, види й особливості конкуренції на ринку послуг галузі ФКіС. Методи конкурентної боротьби на ринку ФКіС. Маркетинговий аналіз конкурентів. Карта конкурентів галузі ФКіС. Фактори конкурентоспроможності послуг галузі ФКіС. Основні засади оцінки конкурентоспроможності продукту ФСО.

Рекомендована література:

1. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
2. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, вид-во «Олімп. л-ра.»; 2017. 272 с.
3. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. Київ: Олімпійська література; 2007. 215 с.
4. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298 с.

Змістовий модуль 2. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ПРОЄКТАМИ ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Лекція 5. Товарна політика фізкультурно-спортивної організації.

Основні питання / ключові слова:

Характеристика маркетингової товарної політики ФСО. Поняття, структура й види товару. Етапи життєвого циклу продукту (послуги з фізичної культури та спорту). Брендинг у галузі ФКіС.

Семінарське заняття 5. Товарна політика фізкультурно-спортивної організації.

Основні питання / ключові слова:

Характеристика маркетингової товарної політики ФСО. Поняття, структура й види товару. Етапи життєвого циклу продукту (послуги з фізичної культури та спорту). Брендинг у галузі ФКіС.

Рекомендована література:

1. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
2. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, вид-во «Олімп. л-ра.»; 2017. 272 с.
3. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. Київ: Олімпійська література; 2007. 215 с.
4. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298 с.

Лекція 6. Ціноутворення в сфері ФКіС.

Основні питання / ключові слова:

Сутність методики ціноутворення на послугу в сфері ФКіС. Вибір стратегії ціноутворення. Характеристика основних методів ціноутворення. Особливості стимулювання збуту послуг у сфері ФКіС.

Семінарське заняття 6. Ціноутворення в сфері ФКіС.

Основні питання / ключові слова:

Сутність методики ціноутворення на послугу в сфері ФКіС. Вибір стратегії ціноутворення. Характеристика основних методів ціноутворення. Особливості стимулювання збуту послуг у сфері ФКіС.

Рекомендована література:

1. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
2. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, вид-во «Олімп. л-ра.»; 2017. 272 с.
3. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. Київ: Олімпійська література; 2007. 215 с.
4. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298 с.

Лекція 7. Комплекс маркетингових комунікацій в спорті.

Основні питання / ключові слова:

Сутність і основні елементи комплексу маркетингових комунікацій. Модель процесу комунікації в спорті. Технологія комунікаційної діяльності на ринку послуг ФКіС. Медіа-планування ФСО.

Семінарське заняття 7. Комплекс маркетингових комунікацій в спорті.

Основні питання / ключові слова:

Сутність і основні елементи комплексу маркетингових комунікацій. Модель процесу комунікації в спорті. Технологія комунікаційної діяльності на ринку послуг ФКіС. Медіа-планування ФСО.

Рекомендована література:

1. Бондарчук Н. Я. Менеджмент у сфері фізичної культури і спорту: Навчальний посібник. Ужгород: Поліпрінт, 2010. 170 с.
2. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
3. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, вид-во «Олімп. л-ра.»; 2017. 272 с.
4. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298 с.

Лекція 8. Спонсорська та ліцензійна діяльність в галузі ФКіС.

Основні питання / ключові слова:

Поняття спонсорства й меценатства в сфері спорту. Механізм спортивного спонсорства. Характеристика і загальні положення спонсорської угоди ФСО. Особливості ліцензування в галузі ФКіС в Україні. Характеристика ліцензійної програми ФСО.

Семінарське заняття 8. Спонсорська та ліцензійна діяльність в галузі ФКіС.

Основні питання / ключові слова:

Поняття спонсорства й меценатства в сфері спорту. Механізм спортивного спонсорства. Характеристика і загальні положення спонсорської угоди ФСО. Особливості ліцензування в галузі ФКіС в Україні. Характеристика ліцензійної програми ФСО.

Рекомендована література:

1. Бондарчук Н. Я. Менеджмент у сфері фізичної культури і спорту: Навчальний посібник. Ужгород: Поліпрінт, 2010. 170 с.
2. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолюк О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, вид-во «Олімп. л-ра.»; 2017. 272 с.
3. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298 с.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кіл-ть одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	4	4	4	4
Відвідування семінарських занять	1	4	4	4	4
Робота на семінарському занятті	10	4	40	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	4	20
Виконання модульної роботи	25	2	50	2	50
Разом:			118		118
Максимальна кількість балів: 236					
Розрахунок коефіцієнта: $236/60=3,93$					
+ екзамен 40 балів					

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Завдання для самостійної роботи подаються у вигляді письмових контрольних робіт в електронному вигляді. Кожна робота оцінюється від 1 до 5 балів.

Форма подання результатів виконаного завдання: документ MS Word \ PowerPoint.

Тематика завдань для самостійної роботи:

1. Нормативно-правове забезпечення проєктної діяльності ФСО.
2. Деталізація маркетингової стратегії ФСО.
3. Сегментування ринку ФКІС.
4. Характеристика методів конкурентної боротьби на ринку ФКІС.
5. Створення бренду ФСО, розробка логотипу організації.
6. Програма лояльності споживачів товарів і послуг фізкультурно-спортивного призначення.
7. Підготовка реферату та презентації «Реклама ФСО».
8. Підготовка презентації «Пропозиції для спонсора ФСО».

Критерії оцінювання самостійної роботи:

Кількість балів	Оцінка
5	представлений матеріал повністю розкриває тему, містить додаткові інформативні відомості або пояснення, оформлено за вимогами
4	тема розкрита достатньо повно, містить виключно інформативний фактаж
3	наявні певні неточності у викладенні матеріалу, містить невідповідності оформлення
2	є неточності у викладенні матеріалу, відсутня логічна послідовність, існують недоліки у оформленні
1	матеріал представлено частково, допущені фактичні помилки в змісті роботи

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Форма контролю — модульне тестування.

Критерії оцінювання модульного опитування:

Оцінка	Кількість балів
Відмінно Знання, виконання в повному обсязі з незначною кількістю (1-2) несуттєвих помилок (<i>вищий рівень</i>)	24 - 25
Дуже добре Знання, виконання в повному обсязі зі значною кількістю (3-4) несуттєвих помилок (<i>вище середнього рівень</i>)	21 - 23
Добре Знання, виконання в неповному обсязі з незначною кількістю (1-2) суттєвих помилок (<i>середній рівень</i>)	18 – 20
Задовільно Знання, виконання в неповному обсязі зі значною кількістю (3-5) суттєвих помилок/недоліків (<i>нижче середнього рівень</i>)	13 – 17
Достатньо Знання, виконання в неповному обсязі, але є достатніми і задовольняють мінімальні вимоги результатів навчання (<i>нижче середнього рівень</i>)	10 -13
Незадовільно Знання, виконання недостатні і не задовольняють мінімальні вимоги результатів навчання з можливістю повторного складання модулю (<i>низький рівень</i>)	6 – 9
Незадовільно З обов'язковим повторним курсом модуля (<i>знання, вміння відсутні</i>)	1-5

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Форма контролю — екзамен.

Залік проводиться за допомогою тестування.

Критерії оцінювання залікового тестування:

Оцінка	Кількість балів
Відмінно Знання, виконання в повному обсязі з незначною кількістю (1-2) несуттєвих помилок (<i>вищий рівень</i>)	26-30
Дуже добре Знання, виконання в повному обсязі зі значною кількістю (3-4) несуттєвих помилок (<i>вище середнього рівень</i>)	20-25
Добре Знання, виконання в неповному обсязі з незначною кількістю (1-2) суттєвих помилок (<i>середній рівень</i>)	15-19
Задовільно Знання, виконання в неповному обсязі зі значною кількістю (3-5) суттєвих помилок/недоліків (<i>нижче середнього рівень</i>)	10-14
Достатньо Знання, виконання в неповному обсязі, але є достатніми і задовольняють мінімальні вимоги результатів навчання (<i>нижче середнього рівень</i>)	5-9
Незадовільно Знання, виконання недостатні і не задовольняють мінімальні вимоги	0-4

результатів навчання з можливістю повторного складання модулю (низький рівень)	
--	--

6.5. Орієнтовний перелік питань для поточного контролю.

1. Поняття й види проєктів.
2. Зміст і особливості маркетинг менеджменту в сфері ФКіС.
3. Мета, завдання, суб'єкт і об'єкт спортивного маркетингу.
4. Головні принципи і функції маркетингу в спорті.
5. Нормативно-правова база проєктної діяльності в Україні.
6. Поняття, алгоритм, етапи маркетингового управління в спорті.
7. Характеристика відділів маркетингу у ФСО.
8. Поняття стратегії і тактики маркетингу фізкультурно-спортивних організацій.
9. Основні компоненти стратегічного планування маркетингу ФСО.
10. Типологія і види стратегій маркетингу в сфері ФКіС.
11. Етапи формування маркетингової стратегії ФСО.
12. Зміст, види й особливості конкуренції на ринку послуг галузі ФКіС.
13. Методи конкурентної боротьби на ринку ФКіС.
14. Поняття та зміст процесу сегментування ринка спортивних послуг.
15. Вибір цільового ринку та позиціонування ФСО.
16. Характеристика маркетингової товарної політики ФСО.
17. Поняття, структура й види товару.
18. Етапи життєвого циклу продукту (послуги з фізичної культури та спорту).
19. Сутність методики ціноутворення на послугу в сфері ФКіС.
20. Вибір стратегії ціноутворення.
21. Характеристика основних методів ціноутворення.
22. Особливості стимулювання збуту послуг у сфері ФКіС.
23. Сутність і основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
24. Модель процесу комунікації в спорті.
25. Технологія комунікаційної діяльності на ринку послуг ФКіС.
26. Брендинг у галузі ФКіС.
27. Поняття спонсорства й меценатства в сфері спорту.
28. Механізм спортивного спонсорства.
29. Характеристика і загальні положення спонсорської угоди ФСО.
30. Особливості ліцензування в галузі ФКіС в Україні.
31. Характеристика ліцензійної програми ФСО.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно Знання, виконання в повному обсязі з незначною кількістю (1-2) несуттєвих помилок (<i>вищий рівень</i>)	90-100
Дуже добре Знання, виконання в повному обсязі зі значною кількістю (3-4)	82-89

несуттєвих помилок (<i>вище середнього рівень</i>)	
Добре Знання, виконання в неповному обсязі з незначною кількістю (1-2) суттєвих помилок (<i>середній рівень</i>)	75-81
Задовільно Знання, виконання в неповному обсязі зі значною кількістю (3-5) суттєвих помилок/недоліків (<i>нижче середнього рівень</i>)	69-74
Достатньо Знання, виконання в неповному обсязі, але є достатніми і задовольняють мінімальні вимоги результатів навчання (<i>нижче середнього рівень</i>)	60-68
Незадовільно Знання, виконання недостатні і не задовольняють мінімальні вимоги результатів навчання з можливістю повторного складання модулю (<i>низький рівень</i>)	35-59
Незадовільно З обов'язковим повторним курсом модуля (<i>знання, вміння відсутні</i>)	1-34

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ
«Управління проєктами у сфері фізичної культури та спорту»

Разом: 120 год., лекції – 16 год., семінарські заняття – 16 год., самостійна робота – 50 год.,
 модульний контроль – 8 год, семестровий контроль – 30 год.

Модулі	Змістовий модуль 1. Проєктна діяльність в спортивному менеджменті (118 балів)			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Управління проєктами в сфері ФКіС	Стратегічне планування маркетингу в спорті	Сегментування ринку ФКіС	Конкуренція в галузі спорту
Лекції, відвід. (бали)	1	1	1	1
Семінарські заняття	1	2	3	4
Теми семінарських занять	Маркетингове управління в сфері ФКіС	Стратегічне планування маркетингу в спорті	Сегментування ринку ФКіС	Конкуренція в галузі спорту
Робота на семінар. занятті +відвід. (бали)	10+1	10+1	10+1	10+1
Самост. робота (бали)	5	5	5	5
Види поточного контр. (бали)	Модульне опитування (25 балів)		Модульне опитування (25 балів)	

Модулі	Змістовий модуль 2. Управління маркетинговими проєктами фізкультурно-спортивної організації (118 балів)			
Лекції	5	6	7	8
Теми лекцій	Товарна політика фізкультурно-спортивної організації	Ціноутворення в сфері ФКіС	Комплекс маркетингових комунікацій в спорті	Спонсорська та ліцензійна діяльність в галузі ФКіС
Лекції, відвід. (бали)	1	1	1	1
Семінарські заняття	5	6	7	8
Теми семінарських занять	Товарна політика фізкультурно-спортивної організації	Ціноутворення в сфері ФКіС	Комплекс маркетингових комунікацій в спорті	Спонсорська та ліцензійна діяльність в галузі ФКіС
Робота на семінар. занятті +відвід. (бали)	10+1	10+1	10+1	10+1
Самост. робота (бали)	5	5	5	5
Види поточного контр. (бали)	Модульне опитування (25 балів)		Модульне опитування (25 балів)	
Підсум. контроль	Екзамен (40 балів)			

8. Рекомендовані джерела

Основна:

1. Бондарчук Н.Я. Менеджмент у сфері фізичної культури і спорту: Навчальний посібник. Ужгород: Поліпрінт, 2010. 170 с.
2. Жданова О.М., Чеховська Л. Я. Основи управління сферою фізичної культури і спорту: навч. посіб. для студентів ВНЗ фізичного виховання і спорту. Львів: ЛДУФК, 2017. 244 с.
3. Імас Є.В, Мічуда Ю.П, Ярмолук О.В. Маркетинг у спорті: теорія та практика. Київ: НУФВСУ, Олімпійська література; 2017. 272 с.
4. «Управління проектами»: навчальний посібник до вивчення дисципліни для магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізації: «Менеджмент і бізнес-адміністрування», «Менеджмент міжнародних проектів», «Менеджмент інновацій», «Логістика»/ Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А.Мохонько, І.П.Малик. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с.
https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/19481/1/DMM_UP_2017.pdf

Допоміжна:

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Київ: Знання; 2010. 332 с.
2. Гасюк І.Л. Державне управління фізичною культурою та спортом: стан та перспективи розвитку: монографія. Харків: ПП Балюк І. Б.; 2011. 432 с
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про фізичну культуру і спорт" та інших законодавчих актів України " 1724-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР); 2010. № 7. Ст.50.
4. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
5. Крикавський Є.В. Маркетинговий менеджмент: навч.посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки; 2014. 380 с.
6. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. Київ: Олімпійська література; 2007. 215 с.
7. Олійник М.О., Скрипник А.П. Правові основи організації та управління фізичною культурою, спортом і туризмом в Україні. Харків: Харківський державний інститут фізичної культури; 2000. 292 с.
8. Полторак В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження. Навч. посібник. 3-тє вид., переробл. та доповн. Київ: Центр учб. л-ри; 2014. 342 с.
9. Про Національну стратегію з оздоровчої рухової активності в Україні на період до 2025 року „Рухова активність – здоровий спосіб життя – здорова нація” : Указ Президента від 09.02.2016 р., № 42/2016.
10. Прокопова Л.І. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: Навчальний посібник / Л. І. Прокопова, М. Б. Чхайло. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298с.

- 11.Путятіна Г.М., Середя Н.В. Маркетингова діяльність некомерційних організацій (на прикладі дитячо-юнацьких спортивних шкіл): навч. посіб. для студ. ВНЗ фізкультурно-спортивного профілю. Харків: ХДАФК, 2013. 102 с.
- 12.Разумовський С.О. Теорія і практика економічної культури в спортивній діяльності: навч. посіб. Харків; 2012. 140 с.

Інформаційні ресурси:

1. Дутчак М. В. Класифікація професій у сфері фізичної культури і спорту в Україні: стан та перспективи. Спортивна наука України. 2010. № 2. С. 25–41. Режим доступу: <http://www.sportscience.org.ua/index.php/>
2. Міністерство молоді та спорту України. Офіційний сайт. Режим доступу: <https://mms.gov.ua/>
3. Постанова Кабінет Міністрів України "Про затвердження Стратегії розвитку фізичної культури і спорту на період до 2028 року". Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-2020-%D0%BF#Text>
4. Приходько І.І., Корнієнко І.Г. Організація і менеджмент фізичної культури. Для студентів 2 курсу (за кредитно-модульною системою): навч. посіб. Харків: ХДАФК, 2009. Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5593080/page:22/>
5. Про фізичну культуру і спорт: Закон України. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
6. Прокопова Л.І., Чхайло М.Б. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: навч. посібник. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка; 2012. 298с. Режим доступу: https://repository.sspu.sumy.ua/bitstream/123456789/4381/3/Prokopova_Osnovy%20Marketynhu.pdf
7. Спортивний комітет України. Офіційний сайт. Режим доступу: <https://scu.org.ua/>.