

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Кафедра спорту та фітнесу



“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б.Жильцов
20 17 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу

галузь знань:

0102 Фізичне виховання, спорт і здоров'я людини

напрямок підготовки 6.010201 Фізичне виховання

освітній рівень: перший (бакалаврський)

Факультет здоров'я, фізичного виховання і спорту



2017–2018 рік

Робоча програма «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу» для студентів напряму підготовки 6.010201 Фізичне виховання, освітній рівень перший (бакалаврський), галузь знань: 0102 Фізичне виховання, спорт і

Розробники: *Зеленюк Оксана Володимирівна*, доцент кафедри спорту та фітнесу факультету здоров'я, фізичного виховання і спорту Київського університету імені Бориса Грінченка

Бірючинська Світлана Віталіївна, викладач кафедри спорту та фітнесу факультету здоров'я, фізичного виховання і спорту Київського університету імені Бориса Грінченка

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри спорту та фітнесу
Протокол № 1 від 01 вересня 2017 р.
Завідувач кафедри спорту та фітнесу


/ В.В. Білецька /

Години відповідають навчальному плану. Структура програми типова.
Заступник декана з науково-методичної та навчальної роботи


/ О.С. Комоцька /

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	7
I. Опис предмета навчальної дисципліни	7
II. Тематичний план навчальної дисципліни	8
III. Програма	9
IV. Навчально-методична карта дисципліни «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу»	12
V. Плани семінарських занять	13
VI. Завдання для самостійної роботи	20
VII. Індивідуальна навчально-дослідницька робота	22
VIII. Система поточного та підсумкового контролю	25
IX. Методи навчання	28
X. Методичне забезпечення курсу	29
XI. Рекомендована література	30
Основна	30
Додаткова	31

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, що його розроблено кафедрою спорту та фітнесу на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів у відповідності до навчального плану денної та заочної форми навчання.

Робочу навчальну програму з дисципліни «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу» укладено відповідно до вимог кредитно-модульної системи організації навчання. Програма визначає обсяги знань, що повинен засвоїти студент адекватно вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики; алгоритм вивчення навчального матеріалу дисципліни; необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Дисципліна «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу» спрямована на підготовку кваліфікованих фахівців у галузі фізичного виховання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр».

Мета дисципліни — надати студентам теоретичні знання та сформувати у них практичні навички для майбутньої професійної діяльності щодо управління та діяльності фітнес клубу; ознайомити з особливостями функціонування фітнес клубів в Україні та за кордоном; забезпечити можливість використання одержаних знань для підвищення конкурентоспроможності та ефективності функціонування вітчизняних підприємств сфери фізичної культури та спорту.

Вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу» формує у студентів наступні **компетенції**:

1. здатність використовувати знання про загальні теоретичні положення, сутність, закономірності процесу фізичної культури у своїй майбутній професійній діяльності;

2. здатність адаптувати та застосовувати теоретичні знання у різних специфічних ситуаціях, що виникають під час освітнього процесу та професійної діяльності;

3. здатність до розв'язання складних спеціалізованих завдань та практичних проблем, що виникають під час професійної діяльності;

4. здатність до самостійного удосконалення знань та розуміння специфічних особливостей своєї професійної спеціалізації та цінності своєї професії;

5. здатність до формування пізнавальних навичок, безпосередньо пов'язаних з отриманням нових знань, розвитком уяви та креативності серед студентів;

6. здатність проявляти лідерські та комунікативні якості, включаючи здатність до ефективного спілкування на вищому професійному рівні та відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах.

Завдання курсу:

- розкрити роль фізичної культури і спорту як соціальної сфери та сфери послуг, охарактеризувати ринок послуг фізичної культури і спорту і його особливості, розкрити сутність і особливості менеджменту і маркетингу в діяльності фітнес клубу;
- практика управління фітнес клубів;
- проектування систем менеджменту фітнес клубів;
- охарактеризувати проблемний зміст і особливості маркетингової діяльності в сфері послуг фітнес клубів;
- показати сутність маркетингу у фізкультурно-спортивній діяльності фітнес клубів;
- з'ясувати поняття, зміст і основні процедури сегментації ринку фітнес клубів;
- охарактеризувати типологію і види стратегій маркетингу фітнес клубів;

– з'ясувати основні етапи формування стратегії маркетингу; показати основні показники якості послуг фітнес клубів;

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 120 год., із них 10 год. – лекції, 16 год. – семінарські заняття, 30 год. – практичні заняття, 56 год. – самостійна робота, 8 год. – модульний контроль.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу» завершується складанням заліку у шостому семестрі.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу»

Курс: 3	Напря́м, спеці́альність, осві́тно-квалі́фікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: 4 кредити</p> <p>Змістові модулі: 2 модуля</p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): 120 годин</p> <p>Тижневих годин: 4 години</p>	<p>Галузь знань: 0102 Фізичне виховання, спорт і здоров'я людини</p> <p>Напря́м підготовки: 6.010201 - Фізичне виховання</p> <p>Освітній рівень перший (бакалаврський)</p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 3 Семестр: VI</p> <p>Лекції: 10 години Семінарські заняття: 16 годин</p> <p>Практичні заняття: 30 годин</p> <p>Самостійна робота: 56 годин</p> <p>Модульний контроль: 8 годин</p> <p>Вид контролю: залік</p>

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2017/18 навчальний рік

№ / п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин					
		Разом	Лекції	Семінавські заняття	Практичні заняття	Самостійна робота	Модульний контроль
Змістовний модуль I <i>Менеджмент фітнес клубу</i>							
1	Теоретико-методичні основи менеджменту фітнес клубу		2				2
2	Цілі, функції та методи менеджменту спортивно-масової діяльності фітнес клубу			2	2	4	2
3	Система управління фітнес клубом		2		12	24	
4	Система та органи управління фітнес клубом			2			
5	Менеджмент фітнес клубу			2			
6	Управлінське рішення. Медіація. Стили управління			2			
	<i>Разом</i>		4	8	14	28	4
Змістовний модуль II <i>Маркетинг фітнес клубу</i>							
	Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу		2	2	2	4	2
	Сегментація ринку послуг фітнес клубу		2	2	4	6	
	Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу		2	2	4	8	2
	Проектування і організація виробництва послуг в діяльності фітнес клубу			2	6	10	
			6	8		28	4
Разом за навчальним планом		120	10	16	30	56	8

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

Менеджмент фітнес клубу

Лекція 1. Теоретико-методичні основи менеджменту фітнес клубу (2 год.).

Предмет і зміст курсу. Вихідні поняття. Менеджмент як складова частина праці в фітнес клубі. Цілі, функції та методи менеджменту фітнес клубу.

Основні поняття теми: менеджмент, спортивно-масова діяльність, управління, система менеджменту, цілі менеджменту, функції менеджменту, методи менеджменту, фітнес клуб.

Семінар 1. Цілі, функції та методи менеджменту спортивно-масової діяльності фітнес клубу (2 год.).

Практичне заняття 1. Цілі, функції та методи менеджменту спортивно-масової діяльності фітнес клубу (2 год.).

Модульна контрольна робота № 1.

Лекція 2. Система управління фітнес клубом (2 год.).

Предмет науки управління. Схема організаційної структури управління фітнес клубом. Сучасні концепції управління фітнес клубом. Поняття системи та принципи управління фітнес клубом. Класифікація функцій управління фітнес клубом. Основні функції управління фітнес клубом. Конкретні (специфічні) функції управління фітнес клубом. Різновиди організаційної структури управління фітнес клубом. Менеджмент фітнес клубу.

Основні поняття теми: структура управління фітнес клубу. Сучасні концепції управління фітнес клубу. Системи та принципи управління фітнес клубу. Менеджмент фітнес клубу.

Семінар 3. Система та органи управління фітнес клубом (2 год.).

Семінар 4. Менеджмент фітнес клубу (2 год.).

Семінар 5. Управлінське рішення. Медіація. Стилі управління (2 год.).

Практичне заняття 2-3. Менеджмент закордонних спортивно-оздоровчих клубів (4 год.).

Практичне заняття 4. Менеджмент вітчизняних спортивно-оздоровчих клубів (2 год.).

Практичне заняття 5-6. Управлінське рішення. Медіація. Стилі управління (4 год.).

Практичне заняття 7. Менеджмент фітнес клубу як спортивної споруди (2 год.).

Модульна контрольна робота № 2.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Маркетинг фітнес клубу

Лекція 4. Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу (2 год.).

Фізична культура і спорт як соціальна сфера і сфера послуг. Ринок послуг фітнес клубу та його особливості. Сутність і особливості маркетингу в фітнес клубі. Проблемний зміст і особливості маркетингової діяльності в сфері послуг фітнес клубу. Сутність маркетингу фітнес клубу. Принципи маркетингу і управління маркетинговою діяльністю на ринку послуг фітнес клубів.

Основні поняття теми: концепція маркетингу, сфера послуг, ринок послуг фізичної культури, ринок послуг фітнес клубу, суб'єкти та об'єкти маркетингу, принципи маркетингу.

Семінар 6. Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу (2 год.).

Практичне заняття 8. Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу (2 год.).

Лекція 5. Сегментація ринку послуг фітнес клубу (2 год.)

Поняття, зміст і основні процедури сегментації ринку. Сегментація ринку

послуг фітнес клубу за типами споживачів. Види і особливості ринків послуг фітнес клубу за групами споживачів. Сегментація ринку кінцевих споживачів. Критерії оцінки і вибору цільових сегментів ринку послуг фітнес клубу.

Основні поняття теми: сегментація ринку послуг фітнес клубу, типи споживачів послуг, ринок послуг фітнес клубу, суб'єкти та об'єкти маркетингу, принципи маркетингу.

Семінар 6. Сегментація ринку послуг фітнес клубу (2 год.).

Практичне заняття 9-10. Сегментація ринку послуг фітнес клубу (4 год.).

Модульна контрольна робота № 3.

Лекція 6. Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу (2 год.).

Поняття та основні компоненти стратегії маркетингу. Типологія і види стратегій маркетингу. Основні етапи формування стратегії маркетингу. Маркетингова мета фітнес клубу. Структура і зміст маркетингової стратегії фітнес клубу. Критерії відбору оптимальних варіантів вирішення маркетингових проблем фітнес клубу. Структура, зміст і деталізація стратегії кінцевих споживачів послуг.

Основні поняття теми: основні компоненти стратегії маркетингу, маркетингова мета фітнес клубу, структура, зміст і деталізація стратегії кінцевих споживачів послуг, технологія проектування послуг фітнес клубу у межах маркетингу.

Семінар 7. Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу (2 год.).

Семінар 8. Проектування і організація виробництва послуг в діяльності фітнес клубу (2 год.).

Практичне заняття 11-12. Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу (4 год.).

Практичне заняття 13-15. Проектування і організація виробництва послуг в діяльності фітнес клубу (6 год.).

Модульна контрольна робота № 4.

IV. Навчально-методична карта дисципліни «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу»

Разом: 120 год., Лекції - 10 годин., семінарські заняття – 16 год., практичні заняття – 30 год., самостійна робота – 56 год., модульний контроль – 8 год.

Модулі	Змістовий модуль 1 Менеджмент фітнес клубу				Змістовий модуль 2 Маркетинг фітнес клубу					
Теми лекцій	Теоретико-методичні основи менеджменту фітнес клубу	Система управління діяльності фітнес клубу				Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу	Сегментація ринку послуг фітнес клубу	Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу		
Відвідування лекцій	1	1				1	1	1		
Теми семінарських занять	Цілі, функції та методи менеджменту спортивно-масової діяльності фітнес клубу	Система та органи управління фітнес клубом	Менеджмент фітнес клубу	Управлінське рішення. Медіація. Стилі управління	Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу	Сегментація ринку послуг фітнес клубу	Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу	Проектування і організація виробництва послуг в діяльності фітнес клубу		
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Робота на семінарському занятті	10	10				10	10			
Практичні заняття	1	2-3	4	5-6	7	8	9-10	11-12	13-15	
Теми практичних занять	Цілі, функції та методи менеджменту спортивно-масової діяльності фітнес клубу (2 год.).	Менеджмент закордонних спортивно-оздоровчих клубів (2 год.).	Менеджмент вітчизняних спортивно-оздоровчих клубів (4 год.).	Менеджмент фітнес клубу як спортивної споруди (4 год.).	Управлінське рішення. Медіація. Стилі управління (4 год.).	Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу (2 год.).	Сегментація ринку послуг фітнес клубу (4 год.).	Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу (4 год.).	Проектування і організація виробництва послуг в діяльності фітнес клубу (6 год.).	
Відвідування практичних занять	1	2	1	2	2	1	2	2	3	
Робота на практичному занятті	10	10	10		10	10			10	
Самостійна робота	10				10					
ІНДЗ	30									
Модульний контроль	25	25				25			25	
Підсумковий контроль	залік									

V. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ I

Менеджмент фітнес клубу

Практичне заняття 1.

Тема: Цілі, функції та методи менеджменту спортивно-масової діяльності фітнес клубу (2 год.).

План:

1. Соціальні цілі та функції менеджменту фітнес клубу.
2. Спортивний маркетинг – функція менеджменту фітнес клубу.
3. Система методів управління фітнес клубом.
4. Організаційно-адміністративні методи управління.
5. Організаційно-педагогічні методи управління.
6. Економічні та економіко-математичні методи управління.

Рекомендована література:

1. Іваній І.В. Фізична культура особистості фахівця фізичного виховання і спорту: навч.-метод. посібник / І.В. Іваній. – Суми: Університетська книга, 2014. – 128 с.
2. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Організація праці менеджера: Підр. – 2-е вид. переробл. та доповн. – К., ВД «Професіонал», 2007. – 416 с.
3. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для студ. высш. пед. заведений / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Сейранов – М.: ИЦ «Академия», 2001. – 432 с.
4. И.И. Переверзин Менеджмент спортивных организаций: Учебн. пособие. – 2-е изд., перераб. и дополн. – М., Спорт Академ Пресс, 2002. – 243 с.
5. Армстронг М. Менеджмент: методы и приемы: Пер. с 3-го англ. изд. — К.: Знання-Прес, 2006. — 876 с.
6. Блайт Дж. Основы маркетинга: Пер. со 2-го англ. изд. — К.: Знання-Прес, 2003. — 493 с.

Практичне заняття 2-3.

Тема: Менеджмент закордонних спортивно-оздоровчих клубів (4 год.).

План:

1. Закордонні спортивно-оздоровчі клуби.

2. Менеджмент закордонних спортивно-оздоровчих клубів.

Рекомендована література:

1. Філософія управління. Підруч. для студ. вищ.навч.закл. // Кремень В.Г., Пазиніч С.М., Пономарьов О.С. – К.: Знання України, 2007. – 360 с.
2. Вайсман А. Стратегія маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегія менеджмента: 5 факторов успеха. – М.: Экономика, 1995. – 286 с.
3. Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов М.Е. Менеджмент и маркетинг в спорте: Краткий словарь-справочник. – М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1991. – 184 с.

Практичне заняття 4.

Тема: Менеджмент вітчизняних спортивно-оздоровчих клубів (2 год.).

План:

1. Спортивно-оздоровчі клуби в Україні.
2. Менеджмент спортивно-оздоровчих клубів в Україні.

Рекомендована література:

1. Іваній І.В. Фізична культура особистості фахівця фізичного виховання і спорту: навч.-метод. посібник / І.В. Іваній. – Суми: Університетська книга, 2014. – 128 с.
2. Філософія управління. Підруч. для студ. вищ.навч.закл. // Кремень В.Г., Пазиніч С.М., Пономарьов О.С. – К.: Знання України, 2007. – 360 с.
3. Вайсман А. Стратегія маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегія менеджмента: 5 факторов успеха. – М.: Экономика, 1995. – 286 с.
4. Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов М.Е. Менеджмент и маркетинг в спорте: Краткий словарь-справочник. – М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1991. – 184 с.

7.

Практичне заняття 5-6.

Тема: Управлінське рішення. Медіація. Стили управління (4 год.).

План:

1. Управлінське рішення.
2. Медіація.
3. Стили управління.

Рекомендована література:

1. Іваній І.В. Фізична культура особистості фахівця фізичного виховання і спорту: навч.-метод. посібник / І.В. Іваній. – Суми: Університетська книга, 2014. – 128 с.
2. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для студ. высш. пед. заведений / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Сейранов – М.: ИЦ «Академия», 2001. – 432 с.
3. И.И. Переверзин Менеджмент спортивных организаций: Учебн. пособие. – 2-е изд., перераб. и дополн. – М., Спорт Академ Пресс, 2002. – 243 с.
4. Мудрик В.И., Мичуда Ю.П., Заветный С.А. Организационно-управленческие основы физической культуры и спорта (уч. и справ. мат-лы): Учебн. Пособие. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2008. – 408 с.
5. Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов М.Е. Менеджмент и маркетинг в спорте: Краткий словарь-справочник. – М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1991. – 184 с.

Практичне заняття 7.

Тема: Менеджмент фітнес клубу як спортивної споруди (2 год.).

План:

1. Менеджмент фітнес клубу як спортивної споруди.
2. Практичний менеджмент фітнес клубу як спортивної споруди.

Рекомендована література:

1. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для студ. высш. пед. заведений / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Сейранов – М.: ИЦ «Академия», 2001. – 432 с.
2. И.И. Переверзин Менеджмент спортивных организаций: Учебн. пособие. – 2-е изд., перераб. и дополн. – М., Спорт Академ Пресс, 2002. – 243 с.
3. Мудрик В.И., Мичуда Ю.П., Заветный С.А. Организационно-управленческие основы физической культуры и спорта (уч. и справ. мат-лы): Учебн. Пособие. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2008. – 408 с.
4. Алешин В. В., Переверзин И.И. Менеджмент и маркетинг на европейских стадионах. – М.: Советский спорт, 1999. – 180 с.
5. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. – М.: Экономикс, 1995. – 286 с.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Маркетинг фітнес клубу

Практичне заняття 8.

Тема: Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу (2 год.).

План:

1. Фітнес клуб як соціальна сфера і сфера послуг.
2. Ринок послуг фітнес клубу та його особливості.
3. Проблемний зміст і особливості маркетингової діяльності в сфері послуг фітнес клубу.
4. Принципи маркетингу і управління маркетинговою діяльністю на ринку послуг фітнес клубу.

Рекомендована література:

1. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. – М.: Экономикс, 1995. – 286 с.
2. Блайт Дж. Основы маркетинга: Пер. со 2-го англ. изд. — К.: Знання-Прес, 2003. — 493 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии и планы, структуры. — М.: ДелоЛтд, 1995. – 456 с.
4. Дихтль Е., ХершгенХ. Практический маркетинг: Учеб. пособие / Пер. с нем. А.М.Макарова; Под ред. А.М.Минко. – М.: Высшая школа, 1995. – 360 с.

5. Зубарев Ю.А., Сучилин А. А. Менеджмент и маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Учеб. пособие. – 2-е изд., доп. – Волгоград 1998. – 180 с.

Практичне заняття 9-10.

Тема: Сегментація ринку послуг фітнес клубу (4 год.).

План:

1. Сегментація ринку послуг фітнес клубу.
2. Поняття, зміст і основні процедури сегментації ринку.
3. Сегментація ринку послуг фітнес клубу за типами споживачів.
4. Види і особливості ринків послуг фітнес клубу за групами споживачів.
5. Сегментація ринку кінцевих споживачів.
6. Сегментація ринку по параметрах послуг фітнес клубу.
7. Сегментація ринку по продуцентах послуг фітнес клубу (конкурентам).
8. Критерії оцінки і вибору цільових сегментів ринку послуг фітнес клубу.

Рекомендована література:

1. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
2. Алешин В.В., Кузьмичева Е.В., Переверзин И.И. Менеджмент зарубежных стадионов и спортивно-оздоровительных центров. – М.: ФОН, 1997. – 220 с.
3. Алешин В. В., Переверзин И.И. Менеджмент и маркетинг на европейских стадионах. – М.: Советский спорт, 1999. – 180 с.
4. Мудрик В.И., Мичуда Ю.П., Заветный С.А. Организационно-управленческие основы физической культуры и спорта (уч. и справ. мат-лы): Учебн. Пособие. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2008. – 408 с.

Практичне заняття 11-12.

Тема: Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу (4 год.).

План:

1. Маркетингові стратегії в в діяльності фітнес клубу.
2. Поняття і основні компоненти стратегії маркетингу.
3. Типологія і види стратегій маркетингу.
4. Основні етапи формування стратегії маркетингу.
5. Маркетингова мета в діяльності фітнес клубу.
6. Структура і зміст маркетингової стратегії в діяльності фітнес клубу.
7. Структура, зміст і деталізація стратегії кінцевих споживачів послуг.

Рекомендована література:

1. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
2. Алешин В.В., Кузьмичева Е.В., Переверзин И.И. Менеджмент зарубежных стадионов и спортивно-оздоровительных центров. – М.: ФОН, 1997. – 220 с.
3. Алешин В. В., Переверзин И.И. Менеджмент и маркетинг на европейских стадионах. – М.: Советский спорт, 1999. – 180 с.
4. Мудрик В.И., Мичуда Ю.П., Заветный С.А. Организационно-управленческие основы физической культуры и спорта (уч. и справ. мат-лы): Учебн. Пособие. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2008. – 408 с.

Практичне заняття 13-15.

Тема: Проектування і організація виробництва послуг в діяльності фітнес клубу (6 год.).

План:

1. Проектування і організація виробництва послуг в діяльності фітнес клубу.
2. Проблемний зміст маркетингової діяльності, пов'язаної з виробництвом послуг в діяльності фітнес клубу.
3. Розробка задуму.
4. Формування і оптимізація характеристик послуги.
5. Технологія проектування послуг в діяльності фітнес клубу у межах маркетингу.

Рекомендована література:

1. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
2. Алешин В.В., Кузьмичева Е.В., Переверзин И.И. Менеджмент зарубежных стадионов и спортивно-оздоровительных центров. – М.: ФОН, 1997. – 220 с.
3. Алешин В. В., Переверзин И.И. Менеджмент и маркетинг на европейских стадионах. – М.: Советский спорт, 1999. – 180 с.
4. Мудрик В.И., Мичуда Ю.П., Заветный С.А. Организационно-управленческие основы физической культуры и спорта (уч. и справ. мат-лы): Учебн. Пособие. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2008. – 408 с.

ТЕМАТИКА МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Теоретико-методичні основи менеджменту фітнес клубу.
2. Система управління діяльності фітнес клубу
3. Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу. Сегментація ринку послуг фітнес клубу.
4. Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовний модуль I

Менеджмент фітнес клубу

Тема 1. Теоретико-методичні основи менеджменту фітнес клубу – 4 год.

1. Ознайомитися з теоретико-методичними основами менеджменту фітнес клубу – 4 год.

Тема 2. Система управління фітнес клубом – 24 год.

1. Ознайомитися з особливостями менеджменту закордонних спортивно-оздоровчих клубів – 6 год.
2. Ознайомитися з особливостями менеджменту українських спортивно-оздоровчих клубів – 6 год.
3. Ознайомитися з особливостями медіації у діяльності фітнес клубу– 6 год.
4. Ознайомитися зі стилями управління – 2 год.
5. Ознайомитися з Національною стратегією з оздоровчої рухової активності в Україні на період до 2025 року «Рухова активність - здоровий спосіб життя — здорова нація» – 4 год.

Змістовний модуль II

Маркетинг фітнес клубу

Тема 3. Концепція маркетингу в діяльності фітнес клубу – 4 год.

1. Ознайомитися з концепцією маркетингу в діяльності фітнес клубу - 4 год.

Тема 4. Сегментація ринку послуг фітнес клубу – 6 год.

1. Ознайомитись з сегментацією ринку послуг фітнес клубу - 6 год.

Тема 5. Маркетингові стратегії в діяльності фітнес клубу – 8 год.

1. Ознайомитись із особливостями маркетингових стратегій в діяльності фітнес клубу - 8 год.

Тема 6. Проектування і організація виробництва послуг в діяльності фітнес клубу – 10 год.

1. Ознайомитись із особливостями проектування та організації виробництва послуг в діяльності фітнес клубу - 10 год.

Карту самостійної роботи з визначенням форм академічного контролю, успішність (бали) подано у вигляді табл. 6.1.

Таблиця 6.1

Карта самостійної роботи студентів

Змістовий модуль, теми курсу	Академічний контроль	Бали
Змістовий модуль I <i>Менеджмент фітнес клубу</i>		
Менеджмент фітнес клубу	поточний, практичне заняття	2x5
Разом: 28 годин	Разом: 10 балів	
Змістовий модуль II <i>Маркетинг фітнес клубу</i>		
Маркетинг фітнес клубу	поточний, практичне заняття	2x5
Разом: 28 годин	Разом: 10 балів	
Разом: 56 годин	Разом: 20 балів	

VII. ІНДИВІДУАЛЬНА НАУКОВО-ДОСЛІДНА РОБОТА

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) із курсу «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу» - це вид науково-дослідної роботи студента, що містить результати дослідницького пошуку, відображає певний рівень його навчальної компетентності.

Індивідуальна навчально-дослідна робота є видом поза аудиторної індивідуальної діяльності студента, результати якої використовуються у процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни. Завершується виконання студентами ІНДЗ і прилюдним захистом навчальної роботи.

Мета ІНДЗ: самостійне вивчення програмного матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування здобутих знань, удосконалення навичок самостійної навчально-пізнавальної діяльності.

Зміст ІНДЗ: завершена теоретична або практична робота у межах навчальної програми дисципліни, що виконується на основі знань, умінь та навичок, отриманих під час лекційних, семінарських та практичних занять і охоплює декілька тем або весь зміст навчальної програми.

Види ІНДЗ, вимоги до них та оцінювання:

- науково-педагогічне дослідження у вигляді підготовки комплексної аналітичної доповіді за визначеною темою (охоплює весь зміст навчального курсу) - **30 балів**.

Орієнтовна структура ІНДЗ - науково-педагогічного дослідження у вигляді підготовки комплексної аналітичної доповіді за визначеною темою: зміст, вступ, основна частина, висновки, практичні рекомендації, список використаних джерел літератури, додатки (якщо вони є). Критерії оцінювання та шкалу оцінювання подано відповідно у таблицях 7.1; 7.2.

Таблиця 7.1

Критерії оцінювання ІНДЗ
(науково-педагогічного дослідження у вигляді комплексної аналітичної доповіді)

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1.	Обґрунтування актуальності, формулювання мети, завдань та визначення методів дослідження	6 балів
2.	Складання плану	4 бали
3..	Критичний аналіз суті та змісту першоджерел. Виклад фактів, ідей, результатів досліджень в логічній послідовності. Аналіз сучасного стану дослідження проблеми, розгляд тенденцій подальшого розвитку даного питання.	6 балів
4.	Дотримання правил реферування наукових публікацій	4 бали
5.	Доказовість висновків, обґрунтованість власної позиції, пропозиції щодо розв'язання проблеми, визначення перспектив дослідження	5 балів
6.	Дотримання вимог щодо технічного оформлення структурних елементів роботи (титульний аркуш, план, вступ, основна частина, висновки, додатки (якщо вони є), список використаних джерел літератури)	5 балів
Разом:		30 балів

Таблиця 7.2

Шкала оцінювання ІНДЗ
(науково-педагогічного дослідження у вигляді комплексної аналітичної доповіді)

Рівень виконання	Кількість балів, що відповідає рівню	Оцінка за традиційною системою
Високий	30 – 25	Відмінно
Достатній	24 – 21	Добре
Середній	20 – 18	Задовільно
Низький	17 - 0	Незадовільно

Оцінка ІНДЗ є обов'язковим балом, що враховується при підсумковому оцінюванні навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни «Технології та види спорту для всіх». Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ - 30 балів.

ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА КОМПЛЕКСНОЇ АНАЛІТИЧНОЇ ДОПОВІДІ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу»

1. Нові тенденції у маркетингу та сучасний світовий досвід фітнес клубу.
2. Фітнес клуб як об'єкт менеджменту.
3. Система методів управління фітнес клубом.
4. Державні програми розвитку ФКіС в Україні.
5. Фактори, що обумовлюють недостатній розвиток фітнес клубів в Україні.
6. Оцінка умов праці в органах управління фітнес клубом.
7. Організаційно-управлінська діяльність в системі фітнес клубів.
8. Організаційно-управлінська діяльність в системі фітнес клубів закордонних спортивно-оздоровчих клубів.
9. Управлінська проблема, управлінська ситуація.
10. Розробка управлінського рішення.
11. Персонал фітнес клубу як її трудовий потенціал.
12. Менеджмент фітнес клубу як спортивної споруди.
13. Проблемний зміст і особливості маркетингової діяльності в сфері послуг фітнес клубу.
14. Сегментація ринку послуг фітнес клубу.
15. Критерії оцінки і вибору цільових сегментів ринку послуг фітнес клубу.
16. Основні етапи формування стратегії маркетингу фітнес клубу.

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО

КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Менеджмент і маркетинг діяльності фітнес клубу» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (розділ IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у таблицях 8.1; 8.2.

Таблиця 8.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування лекцій	1	5	5
2.	Відвідування семінарських занять	1	8	8
3.	Відвідування практичних занять	1	15	15
4.	Робота на семінарському занятті	10	4	40
5.	Робота на практичному занятті	10	7	70
6.	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	4	20

7.	Модульна контрольна робота	20	4	100
8.	ІНДЗ	30	1	30
Максимальна кількість балів 288				
Розрахунок: 288:100=2,88				

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік.
- **Методи письмового контролю:** підсумкове письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в письмовому вигляді з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. Вивчення четвертого модуля закінчується виконанням тестового завдання.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної 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.

Таблиця 8.2

Порядок переведення рейтингових показників успішності у європейські оцінки ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
	оцінка	пояснення
90 – 100	A	Відмінно <i>Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок</i>
82 – 89	B	Дуже добре <i>Вище середнього рівня з кількома помилками</i>
75 – 81	C	Добре <i>В загальному вірне рішення з певною кількістю недоліків</i>
69 – 74	D	Задовільно <i>Непогано, але зі значною кількістю недоліків</i>
60 - 68	E	Достатньо <i>Виконання задовольняє мінімальним критеріям</i>
35 - 59	FX	Незадовільно <i>З можливістю повторного складання</i>
1 – 34	F	Незадовільно <i>З обов'язковим повторним курсом</i>

IX. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* лекція (традиційна, проблемна, лекція-прес-конференція) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – Презентація), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів з книгою.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ збірка тестових і контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект друкованих завдань для підсумкового контролю).

ХІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Закон України “Про фізичну культуру і спорт”. – К., 1994. – 22 с.
2. Олійник М.О. Організаційні аспекти управління фізичною культурою і спортом в Україні. – Харків: ХДАФК, 2002. – 108 с.
3. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку. – К., 2007. – 215 с.
4. Філософія управління. Підруч. для студ. вищ.навч.закл. // Кремень В.Г., Пазиніч С.М., Пономарьов О.С. – К.: Знання України, 2007. – 360 с.
5. Алешин В. В., Переверзин И.И. Менеджмент и маркетинг на европейских стадионах. – М.: Советский спорт, 1999. – 180 с.
6. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. – М.: Экономикс, 1995. – 286 с.
7. Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов М.Е. Менеджмент и маркетинг в спорте: Краткий словарь-справочник. – М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1991. – 184 с.
8. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры. – М.: Советский спорт, 2003. – 256 с.
9. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Організація праці менеджера: Підр. – 2-е вид. переробл. та доповн. – К., ВД «Професіонал», 2007. – 416 с.
10. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для студ. высш. пед. заведений / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Сейранов – М.: ИЦ «Академия», 2001. – 432 с.
11. И.И. Переверзин Менеджмент спортивных организаций: Учебн. пособие. – 2-е изд., перераб. и дополн. – М., Спорт Академ Пресс, 2002. – 243 с.
12. Мудрик В.И., Мичуда Ю.П., Заветный С.А. Организационно-управленческие основы физической культуры и спорта (уч. и справ. мат-лы): Учебн. Пособие. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2008. – 408 с.
13. Іваній І.В. Фізична культура особистості фахівця фізичного виховання і спорту: навч.-метод. посібник / І.В. Іваній. – Суми: Університетська книга, 2014. – 128 с.

Додаткова:

14. Блайт Дж. Основы маркетинга: Пер. со 2-го англ. изд. — К.: Знання-Прес, 2003. — 493 с.
15. Армстронг М. Менеджмент: методы и приемы: Пер. с 3-го англ. изд. — К.: Знання-Прес, 2006. — 876 с.
16. Азгальдов Г.Г. Что нужно для успешной работы // Вестник высшей школы. — 1992. — №1. — С. 3-13.
17. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии и планы, структуры. — М.: ДелоЛтд, 1995. — 456 с.
18. Дихтль Е., ХершгенХ. Практический маркетинг: Учеб. пособие / Пер. с нем. А.М.Макарова; Под ред. А.М.Минко. — М.: Высшая школа, 1995. — 360 с.
19. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / Пер. с англ. Изд. 2-е, доп. и перераб. — СПб.: Питер, 2000. — 180 с.
20. Жолдак В.И., Зуев В.Н. Основы менеджмента спорта. — Тюмень, 1998. — 270 с.
21. Зубарев Ю.А., Сучилин А. А. Менеджмент и маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Учеб. пособие. — 2-е изд., доп. — Волгоград 1998. — 180 с.